



**SKRIPSI - TB141328**

**PENGARUH *PRICE FAIRNESS* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*  
*LOYALTY* PADA LAYANAN GO-RIDE DI SURABAYA**

**DONY INDRA GUPALA**

**NRP. 2511101035**

**DOSEN PEMBIMBING :**

**NUGROHO PRIYO NEGORO, S.E., S.T., M.T.**

**NIP. 1976 0701 2003 12 1002**

**DOSEN KO-PEMBIMBING :**

**MUHAMMAD SAIFUL HAKIM, S.E., M.M.**

**NIP. 1983 0505 2014 04 1001**

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

**INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

**SURABAYA**

**2016**



***FINAL PROJECT – TB141328***

***THE INFLUENCE OF PRICE FAIRNESS AND SERVICE QUALITY  
ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN  
GO-RIDE SURABAYA***

**DONY INDRA GUPALA**  
**NRP. 2511101035**

***SUPERVISOR:***  
**NUGROHO PRIYO NEGORO, S.E., S.T., M.T.**  
**NIP. 1976 0701 2003 12 1002**

***CO-SUPERVISOR:***  
**MUHAMMAD SAIFUL HAKIM, S.E., M.M.**  
**NIP. 1983 0505 2014 04 1001**

***DEPARTMENT OF BUSINESS MANAGEMENT  
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
SEPULUH NOPEMBER INSTITUTE OF TECHNOLOGY  
SURABAYA  
2016***

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *PRICE FAIRNESS* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
LAYANAN GO-RIDE DI SURABAYA**

Oleh :

**Dony Indra Gupala**

**NRP. 2511101035**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen**

**S-1 Jurusan Manajemen Bisnis**

**Fakultas Teknologi Industri**

**Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya**

**Pada tanggal 2 Agustus 2016**

**Disetujui oleh :**

**Dosen Pembimbing Skripsi**

**Pembimbing Utama**



**Nugroho Priyo Negoro, S.E., S.T., M.T.**

**NIP. 197607012003121002**

**Ko-Pembimbing**



**Muhammad Saiful Hakim, S.E., M.M.**

**NIP. 198305052014041001**



**PENGARUH *PRICE FAIRNESS* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
LAYANAN GO-RIDE DI SURABAYA**

Nama : Dony Indra Gupala  
NRP : 2511101035  
Dosen Pembimbing : Nugroho Priyo Negoro, S.E., S.T., M.T.  
Dosen Co-Pembimbing : Muhammad Saiful Hakim, S.E., M.M.

**ABSTRAK**

PT Gojek Indonesia merupakan pelopor perusahaan penyedia jasa ojek *online* yang berbasis aplikasi *mobile* di Indonesia. Salah satu layanan yang ditawarkan Go-Jek adalah layanan antar jemput penumpang yang dikenal dengan nama Go-Ride. Di wilayah Surabaya, Go-Ride mulai beroperasi pada pertengahan tahun 2015. Sebagai pelopor sekaligus perusahaan baru, kemunculan pesaing-pesaing baru dengan berbagai strategi harga dan layanan yang ditawarkannya dapat mengancam tingkat loyalitas pelanggan Go-Ride. Oleh sebab itu, dilakukan penelitian yang bertujuan untuk melihat bagaimana *price fairness* dan *service quality* mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada layanan Go-Ride di Surabaya. Pada penelitian ini digunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk mengetahui hubungan antarvariabel tersebut. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan sampel atau responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 400 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel *price fairness* dan variabel *service quality* terhadap variabel *customer satisfaction*, akan tetapi kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap variabel *customer loyalty*. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *customer satisfaction* berperan sebagai perantara bagi *price fairness* dan *service quality* dalam membentuk *customer loyalty* pada layanan Go-Ride di Surabaya.

**Kata kunci : *Price Fairness, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.***

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

***THE INFLUENCE OF PRICE FAIRNESS AND SERVICE QUALITY ON  
CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN GO-RIDE  
SURABAYA***

*Name* : Dony Indra Gupala  
*NRP* : 2511101035  
*Supervisor* : Nugroho Priyo Negoro, S.E., S.T., M.T.  
*Co-Supervisor* : Muhammad Saiful Hakim, S.E., M.M.

***ABSTRACT***

*PT Gojek Indonesia is the pioneer of mobile application and online based motorbike taxi providing company in Indonesia. One of its services is a motorbike taxi for passenger known as Go-Ride. Go-Ride started operating its service in Surabaya since June 2015. As a pioneer and as a brand new company, the emergence of the new coming competitors with their own service and pricing strategies could be a threat for the customer loyalty of Go-Ride's existing customers. Therefore, it is necessary to do research to see how price fairness and service quality affect customer satisfaction and customer loyalty in Go-Ride Surabaya. In this research, Structural Equation Modeling (SEM) method was used in order to find the impacts of each variable on the other variables. The datas of this research obtained through questionnaire and a number of 400 responds were obtained.*

*Results of this study show that there is a significant positive effect of price fairness on customer satisfaction and service quality on customer satisfaction, but these two variables (price fairness and service quality) do not have significant effect on customer loyalty directly. The results also show a positive significant effect of customer satisfaction on customer loyalty. Based on the results, it can be concluded that customer satisfaction plays a role as an intermediary for price fairness and service quality in creating customer loyalty in Go-Ride Surabaya.*

***Keywords : Price Fairness, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.***

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian skripsi ini dengan baik dan sesuai harapan penulis. Dalam proses penulisan skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Price Fairness* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Layanan Go-Ride di Surabaya” ini, banyak sekali pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu, terima kasih saya ucapkan kepada pihak-pihak yang senantiasa memberikan dukungannya kepada penulis dan memberikan pengaruh serta membagikan aura positifnya untuk penulis. Adapun pihak-pihak tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bapak Nugroho Priyo Negoro, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, masukan, kritik dan arahan serta waktunya dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan.
2. Bapak Muhammad Saiful Hakim, S.E., M.M. selaku dosen co-pembimbing yang telah sabar dalam memberikan pembelajaran, sudut pandang baru, kritik dan saran serta motivasi kepada penulis selama proses penelitian berlangsung.
3. Bapak Imam Baihaqi, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis ITS.
4. Kedua orang tua tercinta, Ibu Pujiati dan Bapak Budiono yang selalu menjadi *supporter* handal baik secara jasmani maupun rohani selama penulis menjalani kehidupan.
5. Adik kandung tersayang, Dhisya Citta Septiana.
6. Seluruh dosen MB yang sudah dengan tulus membagikan ilmu-ilmu dan pengalamannya selama di bangku kuliah.
7. Seluruh staff dan karyawan MB yang selalu membantu penulis dalam memudahkan urusan selama masa perkuliahan sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat MB01: Anisashabrina, Gmirawan, Oviriolla, Mirzaidhams, Halodinar, Ganis\_ayu\_w, Triyogapramudita, Hanif\_harcasyo, Pramanandi, Aldhila\_in, Andrewfilardo, Hanifpradipta, Triandoersandi, Yandayey, Azhftrn, Adisaputrafuad, Qisthynb, Faisalhelmi, Sharfinafebriani, Syarfans,

Dwin227, Zoolfiqar, Dyahrh, Burhanr87, Trtria, Valensiyomi, Saphiradea, Aarsyy, Rajalegen\_angger.

9. Teman-teman Paduan Suara Mahasiswa ITS yang luar biasa.
10. Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya dan dapat membantu peneliti-peneliti lainnya dalam mengembangkan penelitian terkait di masa yang akan datang.

**Surabaya, Agustus 2016**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| ABSTRAK.....  | i    |
| <i>ABSTRACT</i> .....   | iii  |
| KATA PENGANTAR.....   | v    |
| DAFTAR ISI .....  | vii  |
| DAFTAR TABEL .....  | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....   | 6    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....  | 7    |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....  | 7    |
| BAB II LANDASAN TEORI.....  | 9    |
| 2.1 Teori Pemasaran .....   | 9    |
| 2.2 Teori Pemasaran Jasa.....   | 10   |
| 2.3 <i>Price Fairness</i> (Kewajaran Harga).....                                | 11   |
| 2.3.1 Pengertian <i>Price Fairness</i> .....                                    | 11   |
| 2.3.2 Pengukuran <i>Price Fairness</i> .....                                    | 12   |
| 2.4 <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan).....                              | 12   |
| 2.4.1 Pengertian <i>Service Quality</i> .....                                   | 12   |
| 2.4.2 Pengukuran <i>Service Quality</i> .....                                   | 13   |
| 2.5 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....                      | 13   |
| 2.5.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....                             | 13   |
| 2.5.2 Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> .....                             | 15   |
| 2.6 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan).....                          | 15   |
| 2.6.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i> .....                                  | 15   |
| 2.6.2 Pengukuran <i>Customer Loyalty</i> .....                                  | 16   |
| 2.7 Hubungan Antarvariabel.....   | 17   |
| 2.7.1 Hubungan <i>Price Fairness</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....  | 17   |
| 2.7.2 Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> ..... | 17   |

|  |   |    |
|--|---|----|
| 2.7.3  | Hubungan <i>Customer Satisfacion</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> ..... | 18 |
| 2.7.4  | Hubungan <i>Price Fairness</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....       | 18 |
| 2.7.5  | Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....      | 18 |
| 2.8  | Penelitian Terdahulu .....  | 19 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....           |   | 23 |
| 3.1  | Lokasi dan Waktu Penelitian .....   | 23 |
| 3.2  | Objek dan Subjek Penelitian .....   | 23 |
| 3.3  | Desain Penelitian.....  | 23 |
| 3.3.1  | Jenis Penelitian.....   | 23 |
| 3.3.2  | Populasi dan Sampel Penelitian .....                                      | 24 |
| 3.3.3  | Jenis dan Sumber Data .....   | 24 |
| 3.3.4  | Teknik Penarikan Sampel .....   | 24 |
| 3.3.5  | Operasionalisasi Variabel Penelitian.....                                 | 25 |
| 3.3.6  | Teknik Pengumpulan Data .....   | 26 |
| 3.3.7  | Teknik Pengolahan Data .....  | 27 |
| 3.4  | Hipotesis.....  | 34 |
| 3.5  | Model Penelitian .....  | 35 |
| 3.6  | <i>Flowchart</i> Penelitian .....   | 36 |
| BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA ..... |   | 37 |
| 4.1  | Gambaran Umum Perusahaan.....   | 37 |
| 4.1.1  | Profil PT Gojek Indonesia.....  | 37 |
| 4.1.2  | Profil Go-Ride .....  | 38 |
| 4.2  | Pengumpulan Data .....  | 39 |
| 4.3  | Pengolahan Data.....  | 39 |
| 4.3.1  | Pengolahan Statistik Deskriptif.....                                      | 39 |
| 4.3.1.1                                      | Karakteristik Demografi.....  | 39 |
| 4.3.1.2                                      | Karakteristik Perilaku Pengguna.....                                      | 43 |
| 4.3.1.3                                      | <i>Cross Tabulation</i> .....   | 48 |
| 4.3.2  | Uji Kelayakan Data .....  | 50 |
| 4.3.2.1                                      | Uji Normalitas Sebaran .....  | 50 |
| 4.3.2.2                                      | Uji Outlier .....   | 51 |
| 4.3.3  | <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....                           | 51 |

|  |  |     |
|--|--|-----|
| 4.3.4  | <i>Structural Equation Modelling</i> .....               | 57  |
| 4.3.4.1  | Uji Fit Model .....                                      | 57  |
| 4.3.4.2  | Uji Hipotesis .....                                      | 58  |
| BAB V ANALISIS DAN DISKUSI.....  |  | 61  |
| 5.1  | <i>Analisis Structural Equation Modelling</i> .....      | 61  |
| 5.1.1  | Analisis SEM Variabel <i>Price Fairness</i> .....        | 61  |
| 5.1.2  | Analisis SEM Variabel <i>Service Quality</i> .....       | 62  |
| 5.1.3  | Analisis SEM Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ..... | 65  |
| 5.1.4  | Analisis SEM Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....      | 65  |
| 5.2  | Analisis Uji Hipotesis .....                             | 67  |
| 5.3  | Rumusan Strategi.....                                    | 72  |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....  |  | 75  |
| 6.1  | Kesimpulan .....   | 75  |
| 6.2  | Saran .....  | 76  |
| DAFTAR PUSTAKA .....   |  | 77  |
| LAMPIRAN .....   |  | 81  |
| Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....                                   |  | 81  |
| Lampiran 2: Rekap Data Penelitian .....                                  |  | 85  |
| Lampiran 3: Output Hasil <i>Cross Tabulation</i> .....                   |  | 97  |
| Lampiran 4: Deskripsi Jawaban Responden .....                            |  | 121 |
| Lampiran 5: Output Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) ..... |  | 123 |
| Lampiran 6: Output Hasil Uji Asumsi Kelayakan Data .....                 |  | 129 |
| Lampiran 7: Output Hasil Permodelan SEM.....                             |  | 133 |

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

## DAFTAR TABEL

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Tabel 1.1 | Aplikasi Paling Digemari Pengguna Android di Indonesia 2015....  | 2  |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu .....                                       | 20 |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel .....                              | 25 |
| Tabel 3.2 | Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> .....                      | 33 |
| Tabel 4.1 | Hasil <i>Cross Tabulation</i> .....                              | 48 |
| Tabel 4.2 | Hasil Asumsi Normalitas .....                                    | 50 |
| Tabel 4.3 | Uji Validitas Variabel <i>Price Fairness</i> .....               | 52 |
| Tabel 4.4 | Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> .....              | 52 |
| Tabel 4.5 | Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....        | 54 |
| Tabel 4.6 | Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....             | 54 |
| Tabel 4.7 | Hasil Pengujian Reliabilitas.....                                | 56 |
| Tabel 4.8 | Hasil <i>Goodness of Fit</i> .....                               | 58 |
| Tabel 4.9 | Uji Signifikansi Parameter.....                                  | 58 |
| Tabel 5.1 | Signifikansi Indikator <i>Price Fairness</i> .....               | 61 |
| Tabel 5.2 | Signifikansi Indikator <i>Service Quality</i> .....              | 62 |
| Tabel 5.3 | Pengaruh Atribut terhadap Variabel <i>Service Quality</i> .....  | 64 |
| Tabel 5.4 | Signifikansi Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....        | 65 |
| Tabel 5.5 | Signifikansi Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....             | 65 |
| Tabel 5.6 | Pengaruh Atribut terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> ..... | 66 |
| Tabel 5.7 | Rumusan Strategi Go-Ride .....                                   | 73 |

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**



## DAFTAR GAMBAR

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| Gambar 1.1  | Sektor Pekerjaan Pengguna Internet di Indonesia ..... | 1  |
| Gambar 3.1  | Hipotesis .....                                       | 34 |
| Gambar 3.2  | Model Struktural Penelitian .....                     | 35 |
| Gambar 3.3  | <i>Flowchart</i> Penelitian.....                      | 36 |
| Gambar 4.1  | Diagram Jenis Kelamin.....                            | 40 |
| Gambar 4.2  | Diagram Rentang Usia.....                             | 40 |
| Gambar 4.3  | Diagram Tempat Tinggal.....                           | 41 |
| Gambar 4.4  | Diagram Pendidikan Terakhir.....                      | 42 |
| Gambar 4.5  | Diagram Pekerjaan.....                                | 42 |
| Gambar 4.6  | Diagram Pengeluaran Perbulan .....                    | 43 |
| Gambar 4.7  | Diagram Intensitas Penggunaan Perbulan .....          | 44 |
| Gambar 4.8  | Diagram Hari Paling Sering.....                       | 44 |
| Gambar 4.9  | Grafik Jam Paling Sering.....                         | 45 |
| Gambar 4.10 | Grafik Alasan Penggunaan .....                        | 46 |
| Gambar 4.11 | Grafik Alasan Memilih Go-Ride .....                   | 47 |
| Gambar 4.12 | Grafik Opini Keunggulan Go-Ride.....                  | 48 |
| Gambar 4.13 | CFA Variabel <i>Price Fairness</i> .....              | 51 |
| Gambar 4.14 | CFA Variabel <i>Service Quality</i> .....             | 53 |
| Gambar 4.15 | CFA Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....       | 54 |
| Gambar 4.16 | CFA Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....            | 55 |
| Gambar 4.17 | Model SEM.....  | 57 |

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

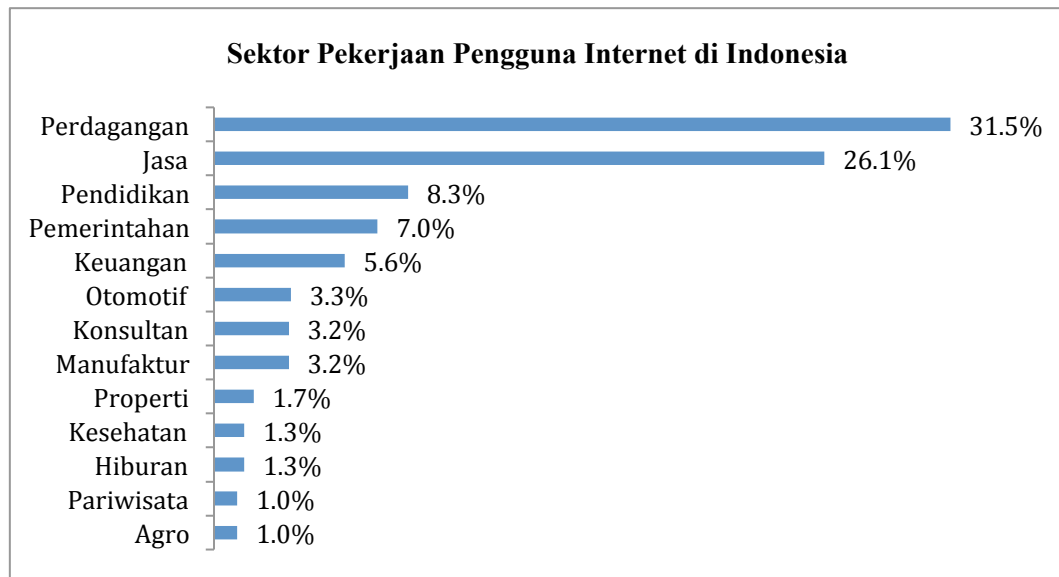
## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan ruang lingkup penelitian.

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan laju yang sangat cepat. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, diketahui jumlah pengguna internet di Indonesia hingga akhir tahun 2014 telah mencapai 88 juta jiwa dan diperkirakan akan mengalami peningkatan hingga 150 juta pada akhir tahun 2015 (APJII, 2015). Apabila dilihat dari aktivitas pemakainya, internet di Indonesia mayoritas digunakan oleh pekerja pada sektor perdagangan dan jasa sebagaimana yang ditunjukkan oleh gambar 1.1. berikut.



Sumber: APJII, 2015

**Gambar 1.1.** Sektor Pekerjaan Pengguna Internet di Indonesia

Pada sektor bisnis, internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal salah satunya adalah sebagai sumber informasi, misalnya informasi mengenai produk dan informasi pesaing hingga informasi mengenai tren yang terjadi di masyarakat. Internet tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi tetapi dapat pula dimanfaatkan oleh pebisnis untuk kegiatan pemasaran. Salah satu terobosan yang

dilakukan oleh perusahaan dalam memanfaatkan teknologi informasi adalah pemanfaatan internet dalam mempromosikan layanan dan bertransaksi dengan pelanggan. Penggunaan teknologi informasi memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi seputar produk atau layanan yang diberikan serta memudahkan pelanggan untuk bertransaksi secara cepat. Pemanfaatan teknologi informasi dalam sektor bisnis terjadi pada berbagai bidang usaha salah satunya pada bidang jasa transportasi. Salah satu bukti pemanfaatan teknologi dalam sektor bisnis tersebut adalah munculnya penyedia jasa transportasi berbasis *online* yang bernama Go-Jek.

PT Go-Jek Indonesia adalah perusahaan perintis penyedia layanan ojek professional berbasis *online* di Indonesia. Pada dasarnya jasa yang ditawarkan oleh perusahaan ini adalah penyediaan aplikasi *mobile* yang berfungsi sebagai sarana pemesanan moda transportasi alternatif berupa ojek motor. Dalam operasionalnya Go-Jek bermitra dengan para pengendara ojek untuk melayani pelanggan yang berada di area sekitar pengendara tersebut dan sampai periode akhir 2015 Go-Jek telah beroperasi di kota-kota besar di Indonesia seperti di area Jabodetabek, Bandung, Denpasar, Surabaya. Pada pertengahan tahun 2015, tercatat Go-Jek telah melayani hingga 1 juta order atas layanan yang disediakan (Rahardian, 2015). Kemudian pada akhir tahun 2015, aplikasi Go-Jek berada di posisi pertama daftar aplikasi yang paling digemari oleh pengguna Android di Indonesia sepanjang tahun 2015 berdasarkan rilis yang dikeluarkan oleh Google (Tempo, 2015).

**Tabel 1.1** Aplikasi paling digemari pengguna Android di Indonesia tahun 2015

| No. | Nama Aplikasi | Pengembang          |
|-----|---------------|---------------------|
| 1.  | Go-Jek        | PT Go-Jek Indonesia |
| 2.  | Ttraveloka    | Traveloka           |
| 3.  | Mivo          | Mivo                |
| 4.  | Babe          | Mainspring          |
| 5.  | Tokopedia     | Tokopedia           |
| 6.  | Sebangsa      | PT Sebangsa Bersama |
| 7.  | Dubsmash      | Mobile Motion GmbH  |
| 8.  | Periscope     | Twitter Inc         |
| 9.  | Bestie        | PinGuo Inc          |
| 10. | Brainly       | Brainly Inc         |

Sumber: Tempo, 2015

Seiring dengan perkembangan bisnis yang dialami, Go-Jek terus mengembangkan jenis layanan yang ditawarkannya. Layanan-layanan yang ditawarkan Go-jek antara lain Go-Ride, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Clean, Go-Tix, Go-Glam dan Go-Massage. Seluruh layanan tersebut sudah tersedia untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya. Sedangkan untuk beberapa kota-kota lainnya, layanan-layanan tersebut tersedia secara bertahap. Dari beberapa layanan yang disediakan oleh Go-Jek, Go-Ride merupakan layanan utama yang paling penting peranannya dan juga paling banyak menarik minat konsumen. Go-Ride sendiri merupakan layanan transportasi berupa sepeda motor yang digunakan untuk mengantar konsumen ke berbagai tempat dengan lebih mudah dan lebih cepat. Go-Ride merupakan salah satu layanan Go-Jek yang dapat dijumpai di semua kota yang telah dimasuki Go-Jek sementara sebagian layanan lainnya hanya berlaku di kota tertentu seperti Go-Clean yang hanya beroperasi di wilayah Jabodetabek. Selain itu layanan Go-Ride merupakan satu-satunya layanan dari Go-Jek yang memiliki aplikasi OTT (*Over the Top*) bernama Go-Ride-Line sehingga layanan ini dapat dipesan melalui aplikasi *Line Messenger*.

Sebagai perusahaan yang baru dan untuk menarik minat masyarakat, pada masa awal kemunculannya Go-jek menawarkan harga promosi pada layanan Go-Ride dengan harga yang jauh dibawah rata-rata dibandingkan dengan harga yang ditawarkan ojek konvensional pada umumnya dan memberlakukan tarif yang seragam kepada semua pelanggan tanpa memperhitungkan jarak tempuh. Selama periode promosi, harga yang ditawarkan Go-Jek mengalami perubahan secara bertahap sampai periode promo berakhir di awal 2016. Tarif dasar yang akan diterapkan Go-Jek untuk penggunaan layanan Go-Ride dibagi menjadi tiga skema, yang ketiganya berdasar pada jarak tempuh pelanggan, yaitu 1-10 km, 10-15 km, dan di atas 15 km dengan jarak maksimal 25 km dan tariff minimum sebesar Rp 12.000,00 (Nistanto, 2015). Dengan harga yang ditawarkan tersebut, Go-Ride merupakan salah satu solusi bagi masyarakat di kota-kota besar yang membutuhkan layanan transportasi secara cepat dan murah..

Prospek, peluang dan potensi yang besar dalam bisnis jasa transportasi ojek *online* memicu munculnya perusahaan-perusahaan di bidang yang sama. Pada

16 Juli 2015 GrabTaxi meluncurkan layanan baru yang bernama GrabBike. Sama halnya dengan Go-Ride, konsumen yang ingin menggunakan layanan GrabBike harus mengunduh aplikasi mobile utamanya yaitu GrabTaxi. Sampai periode ini layanan Go-Jek telah merambah ke wilayah-wilayah lain di luar Jakarta, seperti Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Palembang, Semarang, dan Balikpapan, sedangkan Grab Taxi masih fokus dalam menjalankan operasi di kota Jakarta,.

Munculnya pesaing dalam bisnis ojek *online* dan keberadaan penyedia jasa transportasi lainnya seperti taksi dan berbagai macam angkutan umum menyebabkan Go-Ride harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggannya agar tidak beralih ke pesaing atau malah menggunakan moda transportasi lainnya. Bagi suatu bisnis, mempertahankan pelanggan yang loyal merupakan salah satu tujuan pokok perusahaan. Hal ini dikarenakan pelanggan yang loyal umumnya akan melanjutkan pembelian walaupun dihadapkan pada banyak alternatif merek pesaing sehingga memberikan berbagai keuntungan bagi pemasar (Hermawan, 2011). Salah satu kondisi yang menyebabkan seorang pelanggan menjadi loyal adalah adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan tersebut. Sehubungan dengan hal tersebut, kepuasan yang dirasakan pelanggan Go-Ride terhadap layanan yang diberikannya bisa jadi merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, salah satunya adalah harga. Harga yang dirasakan oleh konsumen bisa diukur berdasarkan persepsi kewajaran harga. Kewajaran harga menilai apakah harga tersebut masuk akal, dapat diterima dan dapat dirasa adil (Consuegra *et al*, 2007). Berbagai permasalahan mengenai kewajaran harga dapat dialami oleh pelanggan Go-Ride. Pada awal masa promo, harga rendah yang ditawarkan Go-Ride merupakan daya tarik untuk mengenalkan layanan dan membuat pelanggan menggunakan layanan ini secara konsisten. Namun, perubahan dan kenaikan harga yang terjadi bisa menyebabkan pelanggan untuk enggan menggunakan kembali layanan tersebut. Permasalahan lain mengenai harga adalah keberadaan pesaing yang menawarkan harga yang lebih terjangkau, seperti saat Grabbike memberlakukan harga promo untuk bersaing dengan Go-Ride. Ketidaktahuan

pelanggan akan terjadinya perubahan harga dapat membuat pelanggan merasa bahwa layanan ini kurang memperhatikan transparansi harga. Pada layanan Go-Ride, setiap pelanggan yang memesan layanan akan mengetahui jumlah harga pasti yang harus dibayarkan karena harga tersebut tertera pada aplikasi. Meskipun demikian, terkadang pelanggan yang membayar dengan uang lebih kepada *driver* Go-Ride bisa jadi tidak mendapatkan uang kembaliannya dengan alasan tidak tersedianya uang kembalian atau menganggap kelebihan tersebut sebagai tips. Pada sebagian pelanggan, hal tersebut dapat diterima akan tetapi pada sebagian pelanggan lainnya hal tersebut bisa mengurangi tingkat kepuasan mereka pada layanan.

Selain kewajaran harga, faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan. Sebagai bisnis yang bergerak di bidang jasa, layanan adalah komponen utama yang dijual oleh Go-Ride. Pada layanan Go-Ride *driver* berperan sebagai *frontliner* sehingga penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan Go-Ride sebagian besar akan bersumber dari kinerja para *driver*-nya. Pada opsionalnya, tidak jarang ditemukan *driver* yang menanggalkan perlengkapan jaket Go-Jeknya saat melayani pelanggan sehingga pelanggan sulit untuk mengidentifikasi dan mempercayai *driver*. Selain itu, kondisi motor yang kotor, helm yang bau dan ketidaktersediaan masker untuk pelanggan akan mempengaruhi kenyamanan pelanggan. Tidak hanya pada permasalahan fisik, perihal kesopanan, kemampuan berkendara, dan ketanggapan *driver* juga dapat menjadi bahan pertimbangan pelanggan apakah akan menggunakan kembali layanan ini di kemudian hari.

Kualitas layanan dan kewajaran harga diketahui dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan. Namun, pada beberapa penelitian ditemukan hasil yang berbeda, misalnya pada penelitian Rahyuda dan Atmaja (2009) yang menemukan bahwa *price fairness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Sedangkan variabel *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terjadi pada layanan Go-Ride dan adanya perbedaan antara penelitian mengenai pengaruh kewajaran harga dan kualitas layanan, maka penulis tertarik untuk melakukan

penelitian yang berjudul “Pengaruh *Price Fairness* dan *Service Quality* terhadap *Customer Catisfaction* dan *Customer Loyalty* pada layanan Go-Ride di Surabaya”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah yang diajukan berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut antara lain:

1. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Go-Ride di Surabaya?
2. Apakah *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Go-Ride di Surabaya?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya?
4. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya?
5. Apakah *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya?
6. Apakah pengaruh *price fairness* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* dimediasi oleh *customer satisfaction*?
7. Bagaimana strategi yang tepat untuk dilakukan Go-Ride Surabaya berdasarkan *price fairness*, *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna Go-Ride di Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh *price fairness* terhadap *customer satisfaction* pengguna Go-Ride di Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya.
4. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya.



5. Menganalisis pengaruh *price fairness* terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya.
6. Membuktikan pengaruh mediasi dari *customer satisfaction* pada hubungan antara *price fairness* dan *service quality* dengan *customer loyalty*.
7. Merumuskan strategi pemasaran yang sesuai untuk Go-Ride di Surabaya berdasarkan variabel *price fairness*, *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penulisan skripsi ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu manfaat bagi penulis, manfaat bagi perusahaan dan manfaat bagi umum. Berikut merupakan manfaat yang diperoleh dari penelitian:

1. Penulis

Menjadi media dalam meningkatkan wawasan dan pengetahuan lebih mendalam di bidang pemasaran jasa yang berhubungan dengan *price fairness*, *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* serta merupakan pengembangan teori yang diperoleh selama kuliah di Jurusan Manajemen Bisnis ITS.

2. Perusahaan

Membantu perusahaan mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan berdasarkan atribut kewajaran harga dan kualitas layanan yang diberikan serta memudahkan perusahaan dalam menyusun strategi perusahaan yang baru.

3. Umum

Memberikan informasi tentang penelitian pemasaran jasa di PT Gojek Indonesia dan sebagai referensi untuk skripsi maupun penelitian sejenis.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada variabel *price fairness*, *service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* pada layanan Go-Ride. Penelitian ini dilakukan terhadap layanan Go-Ride pada area operasional Surabaya. Batasan dalam penelitian ini adalah responden merupakan pelanggan Go-Ride yang menggunakan layanan ini di wilayah Surabaya.

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan dipaparkan teori-teori yang digunakan penulis sebagai landasan dalam menentukan metode penelitian untuk permasalahan yang dihadapi.

#### **2.1 Teori Pemasaran**

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan aspek krusial yang tidak dapat ditinggalkan dalam setiap proses menawarkan dan menjual produk ataupun jasa. Keberhasilan finansial perusahaan seringkali bergantung pada proses pemasarannya karena pemasaran memiliki peran sebagai sumber informasi bagi konsumen untuk mengenal produk atau jasa perusahaan. Tjiptono (2014) mendefinisikan pemasaran sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk merangsang permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk atau jasa tersebut dijual dan disampaikan kepada pelanggan.

Menurut *American Marketing Association* (dalam Tjiptono, 2014), pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat luas. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik supaya produk dan jasa yang ditawarkan bisa sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan datang dengan sendirinya untuk membeli (Kotler dan Keller, 2009). Dengan kata lain, aktivitas pemasaran dalam perusahaan harus bisa memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen mempunyai pandangan baik terhadap perusahaan. Selain itu aktivitas pemasaran juga dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan yang terjadi di masyarakat terutama perkembangan teknologi dan gaya hidup.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai proses atau usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produk atau jasanya kepada target konsumen dengan menawarkan pertukaran nilai dan manfaat kepada konsumen sampai dengan tercapainya tujuan utama perusahaan yaitu penjualan.

## 2.2 Teori Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa muncul dan berkembang sebagai subdisiplin tersendiri dalam ilmu pemasaran. Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan jasa sebagai segala tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang dasarnya memiliki sifat yang tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap suatu benda. Pemasaran jasa diartikan sebagai setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Sementara itu, menurut Lovelock & Wright (2007) pemasaran jasa merupakan bagian dari sistem jasa keseluruhan di mana terjadi kontak antara perusahaan dengan pelanggannya, mulai dari pengiklanan hingga penagihan dan juga kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa.

Terdapat lima karakteristik jasa yang membedakan jasa dengan produk barang yang kemudian berdampak pada aspek pemasarannya, karakteristik tersebut antara lain (Tjiptono, 2014):

1. *Intangibility* (tidak memiliki wujud), karena jasa tidak bisa dilihat, dirasakan, diraba, didengar dan dicium sebelum jasa tersebut dibeli.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), karena pada dasarnya jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan.
3. *Heterogenity* (memiliki sifat yang heterogen), karena jasa sangat bervariasi dan tidak semua orang menerimanya dengan sama bergantung pada siapa memberikannya serta kapan dan di mana jasa tersebut disampaikan.
4. *Persihability* (tidak dapat bertahan lama), karena jasa tidak mungkin bisa disimpan.
5. *Lack of ownership*, karena pelanggan tidak dapat memiliki jasa atau dengan kata lain jasa tersebut disewakan.

Lupiyoadi dan Hamdani (2006) mengemukakan bahwa terdapat tujuh elemen bauran pemasaran jasa yang terdiri dari:

1. *Product*, yaitu bentuk layanan apa yang ditawarkan penyedia jasa kepada pelanggan.

2. *Price*, yaitu jumlah uang yang harus dibayar pelanggan terhadap penggunaan jasa.
3. *Place*, yaitu keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi pelanggan.
4. *Promotion*, yaitu metode dalam mengomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial.
5. *People*, yaitu semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa kepada pelanggan.
6. *Process*, yaitu semua prosedur, mekanisme dan aliran aktivitas bagaimana jasa disampaikan atau bagaimana sistem operasi jasa.
7. *Customer Service*, yaitu bagaimana layanan konsumen yang di persepsikan oleh pelanggan dilakukan.

### **2.3      *Price Fairness* (Kewajaran Harga)**

#### **2.3.1    *Pengertian Price Fairness***

Kewajaran adalah suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses agar mencapai hasil yang masuk akal dan dapat diterima (Consuegra *et al*, 2007). Hassan *et al* (2013) menyatakan bahwa harga dianggap sebagai instrumen yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan, sementara *price fairness* dianggap sebagai persepsi konsumen mengenai apakah perbedaan antara harga yang diterima secara sosial atau oleh pihak komparatif adalah wajar dan dapat diterima atau dibenarkan. *Price fairness* mengacu pada penilaian konsumen dari apakah harga penjual adalah wajar, diterima atau dibenarkan (Xia *et al*, 2004). Tuan (2012) mengemukakan persepsi konsumen terhadap harga dapat diukur dengan menggunakan kewajaran harga yang harus dibayar. Jika pelanggan menganggap bahwa harga masuk akal atau wajar maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat diartikan bahwa kewajaran harga atau *price fairness* merupakan penilaian mengenai hasil terhadap harga yang dibebankan kepada konsumen apakah memberikan kesan wajar, masuk akal, adil dan dapat diterima atautkah tidak.

### **2.3.2 Pengukuran *Price Fairness***

Berdasarkan beberapa teori dan penjelasan mengenai kewajaran harga pada bagian sebelumnya, kewajaran harga dapat diukur dengan beberapa atribut sebagai berikut (Consuegra *et al*, 2007) :

1. Pelanggan merasa membayar harga yang wajar pada setiap transaksi.
2. Referensi tingkat harga, yaitu pelanggan merasa wajar jika harga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sebanding dengan harga di perusahaan lain.
3. Kebijakan harga, yaitu kewajaran dari kebijakan yang diberlakukan oleh perusahaan terkait dengan harga.
4. Harga yang ditetapkan merupakan sebuah etika, dimana setiap akan terjadi perubahan harga perusahaan akan memberitahukannya kepada pelanggan.

## **2.4 *Service Quality* (Kualitas Layanan)**

### **2.4.1 Pengertian *Service Quality***

Sasongko dan Subagio (2013) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa. Dengan demikian pengevaluasian *service quality* dapat diartikan sebagai pengevaluasian terhadap proses produksi jasa. Kualitas pelayanan adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai.

Menurut Tjiptono *et al* (2008) kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan Saghier dan Nathan (2013) mengartikan kualitas layanan sebagai penilaian secara keseluruhan dari layanan oleh pelanggan. Suatu layanan diasumsikan berkualitas apabila secara konsisten sesuai dengan harapan pelanggan.

#### **2.4.2 Pengukuran *Service Quality***

Parasuraman (dalam Tjiptono, 2014) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi dalam pengukuran *service quality* yang kemudian disebut sebagai SERVQUAL. Lima dimensi tersebut antara lain :

1. *Tangibles*, yaitu merupakan dimensi pelayanan berbentuk fisik, nyata dan dapat dilihat mata yang meliputi fasilitas bangunan, karyawan sampai dengan kelengkapan operasional perusahaan.
2. *Reliability*, yaitu merupakan dimensi yang menunjukkan bagaimana keandalan karyawan dalam menyampaikan layanan kepada konsumen. Keandalan yang dimaksud meliputi kemampuan melayani dengan benar, akurat dan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan.
3. *Responsiveness*, yaitu merupakan dimensi yang menunjukkan seberapa ketanggapan dan kecepatan respon yang diberikan pegawai dalam menyampaikan layanan kepada konsumen.
4. *Assurance*, yaitu merupakan dimensi yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan untuk menggunakan layanan.
5. *Empathy*, yaitu merupakan dimensi yang menunjukkan seberapa besar kepedulian karyawan secara individu terhadap kebutuhan konsumen dan hubungan secara personal antara perusahaan dengan konsumen.

### **2.5 Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)**

#### **2.5.1 Pengertian *Customer Satisfaction***

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari kata berbahasa latin “*satis*” dan “*facio*” yang masing-masing memiliki arti yaitu cukup baik atau memadai dan membuat atau melakukan. Dengan demikian, secara bahasa kepuasan dapat diartikan sebagai usaha untuk memenuhi sesuatu atau usaha membuat sesuatu memadai. Kotler (dalam Tjiptono, 2014) menandakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan terhadap suatu produk atau jasa dengan apa yang diharapkan.

Pengertian lain kepuasan pelanggan menurut Haryanto (2013) yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan performansi atau hasil yang

dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Agar dapat melakukan sesuatu yang bernilai lebih tidak cukup hanya dengan sekedar memberikan layanan, melainkan harus bisa memberikan kepuasan pada pelanggan. Layanan pelanggan ditetapkan oleh pemasok atau penyedia layanan, sedangkan kepuasan pelanggan ditetapkan oleh pelanggan. Meskipun perbedaannya tipis, kedua hal tersebut amatlah penting. Memang benar bahwa pelanggan tidak selamanya benar, namun bagaimanapun pelanggan tetaplah pelanggan. Artinya, memecahkan masalah seringkali lebih penting ketimbang menentukan siapa yang benar.

Pengertian lain mengenai kepuasan pelanggan dikemukakan oleh Sasongko dan Subagio (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan *performance* produk terhadap ekspektasi mereka. Jika *performance* gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika *performance* sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika *performance* melebihi ekspektasi, maka pelanggan merasa sangat puas.

Menurut Batubara *et al.* (2014), kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk (hasil) anggapannya berkaitan dengan ekspektasinya. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan juga dapat dikatakan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dirasakan.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai kepuasan pelanggan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Seorang pelanggan dapat saja mengalami berbagai derajat kepuasan. Jika kinerja layanan kurang dari harapan, maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan. Sebaliknya, jika kinerjanya sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas.

Menurut Anderson (dalam Tjiptono, 2014), pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya



biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

### **2.5.2 Pengukuran *Customer Satisfaction***

Dalam pengukuran kepuasan pelanggan jasa terdapat 3 dimensi yang diperhitungkan menurut Consuegra *et al.* (2007) antara lain:

1. Kesesuaian Harapan, yaitu jasa yang ditawarkan apakah sesuai dengan harapan awal dari pelanggan.
2. Persepsi Kinerja, yaitu hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.
3. Penilaian Pelanggan, yaitu pelayanan yang diterima pelanggan secara keseluruhan apakah lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan penyedia jasa lain yang menawarkan jasa yang sama.

## **2.6 *Customer Loyalty* (Loyalitas Pelanggan)**

### **2.6.1 Pengertian *Customer Loyalty***

Menurut Kotler dan Keller (2009) *customer loyalty* adalah kesediaan konsumen untuk mengkonsumsi kembali produk dari perusahaan yang sama di masa yang akan datang. Sedangkan Seth dan Mittal (dalam Tjiptono, 2014) menyatakan bahwa *customer loyalty* adalah komitmen konsumen terhadap suatu *brand* berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam bentuk *repurchase* yang berkelanjutan. Dalam konteks pemasaran jasa, *customer loyalty* didefinisikan sebagai respon terkait dengan janji untuk memegang komitmen yang mendasari kontinuitas relasi yang ditandai dengan pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama (Tjiptono, 2014).

Terdapat dua dimensi atau komponen utama dalam melihat loyalitas pelanggan yaitu loyalitas sebagai perilaku (*behavioral loyalty*) dan loyalitas sebagai sikap (*attitude loyalty*). Kedua komponen tersebut membentuk empat macam situasi loyalitas pelanggan sebagai berikut (Tjiptono, 2014):

1. *No Loyalty*, yaitu kondisi ketika perilaku pembelian ulang pelanggan terbelah sangat lemah dan tidak terjadi loyalitas sama sekali. Situasi ini dapat terjadi apabila pemasar tidak mampu mengomunikasikan keunggulan produk

atau jasanya kepada calon pelanggan pada masa awal kemunculannya atau bisa juga terjadi akibat adanya dinamika pasar dan persaingan.

2. *Spurious Loyalty*, yaitu kondisi saat sikap pelanggan terhadap produk atau jasa terbilang lemah akan tetapi pola pembelian yang terjadi terbilang kuat. Hal ini dapat terjadi saat konsumen tidak begitu mempedulikan atau membedakan merek. Pada kasus ini, pengembangan kualitas dan komunikasi pemasaran dapat meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan.
3. *Latent Loyalty*, yaitu tingkat loyalitas yang terjadi ketika sikap pelanggan terhadap produk atau jasa terbilang kuat akan tetapi pola pembelian ulang terbilang lemah. Kondisi seperti ini bisa jadi dipengaruhi oleh faktor nonsikap yang dimiliki pelanggan tersebut seperti faktor kecilnya kebutuhan pelanggan terhadap produk atau jasa tersebut dan juga faktor ekonomi konsumen.
4. *Loyalty*, yaitu kondisi yang paling ideal dan diharapkan oleh perusahaan di mana konsumen menunjukkan sikap yang sangat positif terhadap produk atau jasa dan juga disertai dengan pola *repurchase* yang berkesinambungan. Pada kondisi ini kepercayaan konsumen terhadap penyedia produk atau jasa sudah terlampaui besar.

### **2.6.2 Pengukuran *Customer Loyalty***

Geçti dan Zengin (2013) menyatakan bahwa dua dimensi *customer loyalty* (*attitudinal loyalty* dan *behavioral loyalty*) dapat diukur berdasarkan indikator-indikator berikut:

1. *Attitudinal Loyalty*
  - a. Kemauan membayar lebih untuk mendapatkan produk atau jasa dari suatu *brand* tertentu. Bisa diartikan juga sebagai kecintaan terhadap suatu merek.
  - b. Keinginan untuk selalu menggunakan brand. Bisa diartikan juga sebagai ketidakinginan untuk berhenti menggunakan merek tertentu.
  - c. Ketidakinginan untuk berpaling ke *brand* lain meskipun terdapat banyak pilihan *brand* lainnya.
2. *Behavioral Loyalty*
  - a. Keinginan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa di masa yang akan datang.

- b. Keinginan untuk membeli produk-produk lain yang diluncurkan oleh *brand* yang sama.
- c. Keinginan untuk melakukan pembelian berkelanjutan atau pembelian secara terus-menerus.

## **2.7 Hubungan Antarvariabel**

### **2.7.1 Hubungan *Price Fairness* dengan *Customer Satisfaction***

Di dalam penelitiannya, Consuegra *et al* (2007) menemukan bahwa kewajaran harga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Pendapat tersebut didukung penelitian Tuan (2012) yang menunjukkan bahwa *price fairness* berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.7.2 Hubungan *Service Quality* dengan *Customer Satisfaction***

Kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan kualitas. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Batubara *et al*, 2014).

Salah satu upaya untuk menciptakan, memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan jasa yang berkualitas secara konsisten dan nilai yang lebih baik pada setiap kesempatan serta memberikan jasa yang lebih unggul dari pesaing. Kualitas pelayanan dapat dicapai dengan menetapkan dan mengendalikan karakteristik mutu pelayanan. Karakteristik mutu pelayanan adalah ciri pelayanan yang dapat diidentifikasi dan diperlukan untuk mencapai kepuasan konsumen (Haryanto, 2013).

### **2.7.3 Hubungan *Customer Satisfaction* dengan *Customer Loyalty***

Loyalitas suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana cara perusahaan tersebut memuaskan pelanggannya. Bowen dan Chen (2001) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang terpuaskan akan menjadi pelanggan yang loyal. Lalu pelanggan yang loyal tersebut secara tidak langsung akan menjadi tenaga pemasaran sukarela bagi perusahaan melalui rekomendasi dan informasi positif yang diceritakan (*word of mouth*) kepada calon pelanggan lain. Menurut Dib dan Msallam (2015) ketika konsumen puas dengan suatu produk atau layanan, maka mereka akan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain dan memiliki kemungkinan untuk mengulang pembelian sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan merupakan determinan langsung loyalitas pelanggan.

### **2.7.4 Hubungan *Price Fairness* dengan *Customer Loyalty***

Bei dan Chiao (2001) menyatakan bahwa seorang pelanggan bisa melakukan pembelian berulang saat mereka merasakan bahwa harga layanan dan produk yang ditawarkan masuk akal. Consuegra *et al.* (2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kewajaran harga yang dirasakan menghasilkan hubungan positif dengan loyalitas pelanggan. Dib dan Msallam (2015) menjelaskan kewajaran harga memiliki efek positif, baik langsung dan tidak langsung (melalui kepuasan konsumen) terhadap loyalitas konsumen. Dari perspektif pelanggan, harga adalah apa yang diberikan atau dikorbankan untuk mendapatkan produk atau layanan. Apabila pelanggan merasa bahwa pengorbanan biaya yang harus dikeluarkan tidak wajar, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila pelanggan menganggap biaya yang harus dikeluarkan wajar, maka pelanggan akan merasa puas.

### **2.7.5 Hubungan *Service Quality* dengan *Customer Loyalty***

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen terutama pada industri jasa. Kumar (dalam Dewi, 2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi yang kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Amryyanti *et al* (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa

kualitas layanan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

## **2.8 Penelitian Terdahulu**

Pada penelitian ini dicantumkan beberapa hasil yang diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian ini, penelitian-penelitian tersebut antara lain (dapat dilihat pada Tabel 2.1) :

1. Penelitian dengan judul “*An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in The Service Sector*” dilakukan oleh Consuegra *et al* pada tahun 2007. Pada penelitian ini penulis menganalisis hubungan keterkaitan antara dimensi-dimensi kepuasan harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam sektor bisnis jasa. Di dalam penelitian ini digunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*). Pada penelitian ini ditemukan bahwa *price fairness* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Penelitian berjudul “*Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik Garuda Di Denpasar*” dilakukan oleh Rahyuda dan Atmaja pada tahun 2009. Tujuan dalam penelitian tersebut adalah untuk melihat hubungan antara kewajaran harga, citra perusahaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada industri penerbangan domestik Garuda Indonesia di Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada industri penerbangan domestik Garuda Indonesia kewajaran harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan sedangkan citra perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak pada loyalitas pelanggan. Kemudian, hasil analisis juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan adalah satu-satunya konstruk yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti   | Tahun | Judul   | Metode | Hasil   |
|----|---|-------|---|--------|---|
| 1  | David Martin-Consuegra,<br>Arturo Molina dan<br>A'gueda Esteban | 2007  | <i>An Integrated Model of<br/>Price, Satisfaction<br/>And Loyalty: An Empirical<br/>Analysis in The<br/>Service Sector</i>                      | SEM    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Price fairness is positively associated with customer satisfaction.</i></li> <li>2. <i>Customer satisfaction positively associated with customer loyalty.</i></li> <li>3. <i>Perceived price fairness is positively associated with customer loyalty.</i></li> <li>4. <i>Customer satisfaction is positively associated with price acceptance.</i></li> <li>5. <i>Customer loyalty is positively associated with price acceptance.</i></li> </ol>  |
| 2. | I Ketut Rahyuda dan<br>Ni Putu Cempaka<br>Dharmadewi Atmaja     | 2009  | <i>Pengaruh Kewajaran Harga,<br/>Citra Perusahaan Terhadap<br/>Kepuasan Dan Loyalitas<br/>Pengguna Penerbangan<br/>Domestik Gia Di Denpasar</i> | SEM    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kewajaran harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan</li> <li>2. Citra perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.</li> <li>3. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan</li> <li>4. Kewajaran harga dan citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan</li> <li>5. Kepuasan pelanggan adalah satu-satunya variabel yang mempunyai hubungan yang signifikan terhadap loyalitas perusahaan</li> </ol> |

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti   | Tahun | Judul  | Metode | Hasil  |
|----|---|-------|--|--------|--|
| 3  | Dwi Aryani dan Febrina Rosinta                              | 2010  | <i>Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan</i>                                     | SEM    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.</li> <li>2. Terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.</li> <li>3. Terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.</li> </ol>  |
| 4. | Ruth Amryyanti, I Putu Gde Sukaatmadja, dan Ketut Nur Cahya | 2013  | <i>Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada LnC Skin Care Singaraja</i> | SEM    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas layanan yang diberikan oleh LnC Skin Care Singaraja berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggannya</li> <li>2. Kualitas layanan yang diberikan pihak perusahaan membuat para pelanggan loyal</li> <li>3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan</li> <li>4. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan</li> <li>5. Kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan</li> <li>6. Kewajaran harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan</li> <li>7. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan</li> </ol> |

3. Penelitian berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*” dilakukan oleh Aryani dan Rosinta pada tahun 2010. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Pada penelitian ini didapati bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada LnC Skin Care Singaraja*” dilakukan oleh Amryyanti *et al* pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati seberapa penting kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada jasa klinik kecantikan dan bagaimana kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa klinik kecantikan LnC di Singaraja. Dalam penelitian ini digunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) sebagai metode pengolahan data. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan LnC Skin Care Singaraja. Sedangkan hasil yang sama ditunjukkan oleh kualitas produk dan kewajaran harga di mana kedua variabel tersebut memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi keduanya tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan klinik kecantikan LnC di Singaraja.



## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab metodologi penelitian akan dijabarkan tentang tahap-tahap dalam melakukan penelitian. Tahapan yang terdapat di dalam metodologi sudah dirancang sesuai dengan topik dan obyek penelitian.

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Surabaya, Jawa Timur. Penelitian akan berlangsung mulai dari bulan November 2015 hingga April 2016.

#### **3.2 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian adalah hal yang menjadi perhatian yang berupa atribut dari suatu objek, orang atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Objek penelitian pada penelitian ini antara lain *price fairness*, *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Sedangkan tempat di mana variabel tersebut melekat atau subjek pada penelitian ini adalah pengguna layanan Go-Ride di Surabaya.

#### **3.3 Desain Penelitian**

##### **3.3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan datanya dan menggunakan analisis data statistik (Sugiyono, 2012). Berdasarkan sifatnya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian korelasi yang artinya penelitian ini digunakan untuk mencari dan mengetahui tingkat hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain. Sedangkan menurut tujuannya, penelitian ini merupakan tipe penelitian verifikatif karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis berdasarkan teori atau hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya (Sugiyono, 2012).

### 3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah semua pengguna jasa Go-Ride di wilayah Surabaya. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang menggunakan jasa Go-Ride di wilayah Surabaya setidaknya dua kali dalam kurun waktu antara Desember 2015 hingga April 2016 yang menjadi sumber informasi dalam proses pengumpulan data. Kriteria orang yang dapat dijadikan sebagai responden atau sampel penelitian antara lain:

- a. Pelanggan yang menggunakan layanan Go-Ride di wilayah Surabaya.
- b. Pelanggan yang menggunakan Go-Ride antara Desember 2015 - April 2016.
- c. Pria dan wanita dengan *range* usia minimal 18 tahun dan maksimal 50 tahun.

Bentler dan Chou (dalam Latan, 2013) merekomendasikan jumlah sampel yang diperlukan untuk estimasi SEM adalah jumlah parameter yang akan diestimasi dikali dengan 5. Sementara itu syarat jumlah minimal sampel yang dapat diterima dalam SEM adalah 100 (Byrne, 2001). Berdasarkan pedoman jumlah sampel tersebut maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar minimal  $28 \times 5 = 140$  sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan peneliti adalah sebesar 400 sampel.

### 3.3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2012) data primer merupakan data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan dari hasil survei lapangan yang menggunakan instrumen pengumpulan data tertentu yang dibuat secara khusus. Penelitian ini menggunakan sumber data primer karena diperoleh secara langsung dari sumber utama yaitu responden yang menjadi sampel penelitian. Data primer didapatkan dari kuesioner yang diisi oleh pelanggan Go-Ride di Surabaya yang menjadi sampel atau responden. Kuesioner yang dibagikan meliputi kuesioner mengenai *price fairness*, *service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*.

### 3.3.4 Teknik Penarikan Sampel

Dalam mengumpulkan data digunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara penarikan *accidental sampling* atau *convenience sampling* di mana

semua anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai anggota responden dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (Sugiyono, 2012). Pada pengambilan sampel secara *accidental* ini, kuesioner awalnya disebarikan kepada orang-orang disekitar yang dikenal dan ditemui, selanjutnya kuesioner tersebut disebarikan ke komunitas yang lebih luas melalui jaringan komunikasi dan media sosial.

### 3.3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pada dasarnya variabel penelitian adalah sesuatu yang ditetapkan peneliti untuk diamati dan dipelajari serta dari sesuatu tersebut akan diperoleh informasi (Sugiyono, 2012). Di dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel endogen dan variabel eksogen. Variabel eksogen pada penelitian ini adalah *price fairness* dan *service quality*, sedangkan variabel endogennya adalah *customer loyalty* dan *customer satisfaction*. Pada penelitian ini adalah variabel *price fairness* dibangun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Consuegra *et al* (2007). Variabel *service quality* dibangun berdasarkan Parasuraman dalam Tjiptono (2014). Kemudian variabel *customer satisfaction* dibangun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Consuegra *et al* (2007) dan variabel loyalitas pelanggan dibangun berdasarkan Geçti & Zengin (2013). Selengkapnya mengenai indikator, atribut dan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini dijelaskan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

| No. | Variabel   | Atribut            | Indikator   |
|-----|--|--------------------|---|
| 1   | <i>Price Fairness</i><br>(Consuegra <i>et al</i> , 2007)           | -                  | (PF1) Harga yang ditawarkan wajar.                          |
|     |  |                    | (PF2) Harga dibandingkan dengan kompetitor tergolong wajar. |
|     |  |                    | (PF3) Kebijakan harga yang ditentukan wajar.                |
|     |  |                    | (PF4) Etika mengenai harga wajar.                           |
| 2   | <i>Service Quality</i><br>Parasuraman<br>(dalam<br>Tjiptono, 2014) | <i>Tangibles</i>   | (SQ1) Kondisi fisik fasilitas dan peralatan.                |
|     |  | <i>Tangibles</i>   | (SQ2) Kerapihan penampilan karyawan.                        |
|     |  | <i>Reliability</i> | (SQ3) Kesesuaian layanan dengan permintaan.                 |
|     |  |                    | (SQ4) Sikap ingin membantu permasalahan pelanggan.          |
|     |  |                    | (SQ5) Keandalan karyawan.                                   |
|     |  |                    | (SQ6) Ketepatan waktu pelayanan.                            |

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

| No. | Variabel   | Atribut                    | Indikator  |
|-----|--|----------------------------|--|
|     |  | <i>Responsive-ness</i>     | (SQ7) Kecepatan respon melayani konsumen.                                    |
|     |  |                            | (SQ8) Ketanggapan dalam memberikan bantuan.                                  |
|     |  |                            | (SQ9) Ketersediaan waktu dan perhatian dalam menanggapi pelanggan.           |
|     |  | <i>Assurance</i>           | (SQ10) Kepercayaan konsumen terhadap layanan.                                |
|     |  |                            | (SQ11) Perasaan aman konsumen untuk menggunakan layanan.                     |
|     |  |                            | (SQ12) Keramahan dan kesopanan karyawan.                                     |
|     |  | <i>Emphaty</i>             | (SQ13) Perhatian perusahaan kepada konsumen.                                 |
|     |  |                            | (SQ14) Perhatian individual dari karyawan kepada konsumen.                   |
|     |  |                            | (SQ15) Perhatian terhadap kebutuhan khusus para konsumen.                    |
|     |  |                            | (SQ16) Kesediaan untuk mendengarkan konsumen.                                |
| 3   | <i>Customer Satsfaction</i><br>(Consuegra et al, 2007) | -                          | (CS1) Kepuasan konsumen terhadap jasa berdasarkan kesesuaian harapan.        |
|     |  |                            | (CS2) Kepuasan konsumen terhadap jasa berdasarkan persepsi kinerja.          |
|     |  |                            | (CS3) Penilaian kepuasan konsumen terhadap jasa secara keseluruhan.          |
| 4   | <i>Customer Loyalty</i><br>(Geçti & Zengin, 2013)      | <i>Attitudinal Loyalty</i> | (CL1) Kecintaan konsumen terhadap brand. Go-jek.                             |
|     |  |                            | (CL2) Keinginan konsumen untuk tidak meninggalkan jasa.                      |
|     |  |                            | (CL3) Keinginan konsumen untuk tidak beralih ke pesaing/jasa serupa lainnya. |
|     |  | <i>Behavioral Loyalty</i>  | (CL4) Keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.                    |
|     |  |                            | (CL5) Keinginan konsumen untuk merkomendasikan kepada orang lain.            |

### 3.3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data primer, akan digunakan kuesioner yang disebarkan kepada pengguna jasa Go-Ride di wilayah Surabaya. Dalam mendapatkan responden, awalnya calon responden akan ditanya apakah mereka

termasuk dalam kriteria responden penelitian dan jika memenuhi kriteria tersebut maka calon responden tersebut diminta untuk mengisi kuesioner. Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan berbentuk kuesioner digital dan responden harus mengisi kuesioner tersebut secara *online*. Media yang digunakan dalam kuesioner adalah Google Form. Dalam mengisi kuesioner calon responden akan mendapatkan *link* (<http://bit.ly/KuesionerPelangganGojekSurabaya>) yang akan mengarahkan calon responden tersebut ke dalam tautan yang berisi pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Jenis pertanyaan yang diberikan adalah pertanyaan tertutup sehingga indikator jawaban tiap pertanyaannya sudah ditetapkan oleh penulis. Dalam mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial perlu digunakan skala likert (Sugiyono, 2012). Oleh sebab itu, pada penelitian ini digunakan skala likert. Skala likert pada penelitian ini berbobot 1-7 dengan angka 1 berarti sangat tidak setuju, 2 berarti tidak setuju, 3 berarti sedikit tidak setuju, 4 berarti ragu-ragu, 5 berarti cukup setuju, 6 berarti setuju dan 7 berarti sangat setuju.

### **3.3.7 Teknik Pengolahan Data**

Pada penelitian ini *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan sebagai alat untuk pengolahan data. Di dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel laten beserta indikator-indikatornya dan SEM digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel laten tersebut. Menurut Raykov dan Marcaulides (2006), SEM memiliki tiga karakteristik utama. Karakteristik pertama, Model SEM tidak dapat diukur secara langsung dan tidak dapat didefinisikan dengan baik. Kedua, di dalam SEM potensi kesalahan pengukuran pada variabel observasi diperhitungkan. Ketiga, Model SEM sangat tepat untuk dibuat matriks hubungan antarvariabel seperti matriks kovarian maupun matriks korelasi. Pada pengujian pola hubungan antara indikator dengan variabel laten akan digunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), sedangkan untuk pengukuran pengaruh antara satu variabel (variabel eksogen) dengan variabel-variabel lainnya (variabel endogen) akan dilihat melalui *Path Analysis*. Langkah-langkah dalam melakukan analisis SEM antara lain sebagai berikut ini:

### 1. Pengembangan Model Teoritis

Pada tahap pertama ini, dilakukan pencarian mengenai teori-teori yang yang mendukung model penelitian melalui kajian pustaka atau studi literatur. Tanpa dasar teori yang kuat SEM tidak dapat digunakan karena fungsi dari SEM adalah untuk menguji kausalitas bukan untuk merumuskan atau membentuk teori kausalitas. Oleh sebab itu syarat utama dalam permodelan SEM adalah pengembangan sebuah teori yang berjustifikasi ilmiah (Ferdinand, 2002).

### 2. Pengkonstruksian Diagram Alur

Pada tahap kedua ini, model teoritis yang telah dibangun akan digambarkan dalam sebuah diagram alur. Diagram alur digunakan untuk mempermudah dalam melihat hubungan kausalitas antarkonstruk pada setiap konstruk yang akan diuji. Pada diagram alur hubungan antarkonstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus digunakan untuk menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk yang lain, sedangkan untuk menunjukkan hubungan korelasi antar konstruk digunakan garis lengkung. Di dalam diagram alur terdapat dua jenis konstruk (Ferdinand, 2002), antara lain:

- a. Konstruk Eksogen (*Exogenous Constructs*), yaitu variabel yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen juga bisa disebut dengan variabel independen.
- b. Konstruk Endogen (*Endogen Constructs*), yaitu variabel atau faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa variabel lainnya. Konstruk endogen juga bisa disebut sebagai variabel dependen.

### 3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan

Pada tahap ketiga ini, ditentukan variabel mana yang akan mengukur variabel mana dan ditentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel (Ferdinand, 2002). Pada tahap ini juga akan dirumuskan persamaan-persamaan struktural yang digunakan untuk menyatakan hubungan kausalitas antarkonstruk. Model pengukuran (*measurement model*) akan digunakan untuk mengidentifikasi konstruk

sedangkan model struktural (*structural equation model*) akan digunakan untuk mengidentifikasi hubungan kausal.

#### 4. Pemilihan Matriks Input dan Estimasi Model.

Pada tahap ke empat ini, akan dilakukan pemilihan matriks input dan estimasi model. Pada penelitian ini matriks input yang digunakan adalah matriks kovarian yang mana matriks ini dapat menunjukkan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda. Pada penelitian yang bertujuan untuk mengetahui suatu hubungan, matriks kovarian lebih banyak digunakan. Hal tersebut terjadi karena matrik korelasi seringkali menunjukkan angka *standard error* yang kurang akurat (Ferdinand, 2002). Pada penelitian ini teknik estimasi model yang akan digunakan adalah *Maximum Likelihood Estimation* (ML) sebab matrik input di dalam penelitian ini adalah matrik kovarian dengan ukuran sampel minimum sebesar 100 responden dan maksimum 400 responden. Pada tahap ini juga dilakukan estimasi model pengukuran dan estimasi model persamaan. Estimasi model pengukuran dilakukan dengan Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan estimasi model persamaan digunakan untuk menguji hipotesis.

#### 5. Menilai *Problem* Identifikasi

Pada tahap ke lima ini, dimungkinkan akan ditemukan *problem* identifikasi, misalnya *standard error* yang besar atau model yang telah dibentuk tidak dapat menghasilkan estimasi yang unik. *Problem* lainnya adalah ketika terjadi *unidentified*, *under identified* ataupun *over identified* pada proses pendugaan parameter dimana model yang dibentuk tidak menghasilkan dugaan atau bahkan menunjukkan hasil yang tidak dapat dipercaya. Langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mengetahui *problem* identifikasi antara sebagai berikut (Ferdinand, 2002):

- a. Melakukan estimasi model berulang kali dengan *Starting Value* yang berbeda. Terdapat *problem* identifikasi jika setiap kali estimasi dilakukan model tidak dapat konvergen pada titik yang sama.
- b. Melakukan estimasi model lalu angka koefisien dari salah satu variabel tersebut dicatat. Setelah itu dilakukan estimasi ulang dengan nilai koefisien pada variabel tersebut sebagai sesuatu yang *fix*. Terdapat

*problem* identifikasi jika *Overall Fit Index* berubah total dan jauh berbeda dari sebelumnya.

*Problem* identifikasi dapat diatasi dengan memberikan lebih banyak *constrain* pada model yang dianalisis sehingga jumlah *estimated coefficients* akan berkurang. Oleh sebab itu, jika muncul masalah identifikasi pada saat estimasi dilakukan, maka model perlu dipertimbangkan kembali dengan mengembangkan lebih banyak konstruk (Ferdinand, 2002).

#### 6. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*

Pada langkah keenam ini, dilakukan evaluasi kesesuaian model berdasarkan kriteria *goodness of fit*. Pada tahap ini, harus dipastikan bahwa data yang digunakan telah memenuhi asumsi-asumsi SEM. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi tersebut antara lain:

##### a. Ukuran jumlah sampel

Pada pemodelan SEM, jumlah minimum sampel yang digunakan adalah 100 dan dengan menggunakan perbandingan 5 observasi untuk setiap *estimated parameter*, maka minimum sampel yang harus digunakan adalah sebanyak  $28 \times 5 = 140$  sampel.

##### b. Normalitas

Agar data dapat diolah lebih lanjut, sebaran data harus memenuhi asumsi normalitas. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data ataupun melalui metode-metode statistik. Uji normalitas dilakukan baik untuk normalitas terhadap data tunggal (*univariate*) maupun normalitas terhadap data dari beberapa variabel sekaligus (*multivariate*). Normalitas *univariate* dinilai berdasarkan *critical ratio* pada *skewness* dan *kurtosis* dengan nilai batas di bawah  $\pm 2,58$ , sedangkan normalitas *multivariate* dinilai berdasarkan *assessment of normality* baris bawah kanan dengan nilai batas di bawah  $\pm 2,58$ .

##### c. *Outliers*

*Outliers* adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara *univariate* maupun *multivariate* yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya (Hair et al dalam Ferdinand,



2006). Pendeteksian *multivariate outliers* dilihat dari nilai *mahalanobis distance*. *Mahalanobis distance* dievaluasi dengan menggunakan  $\chi^2$  pada derajat kebebasan (df) sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2002). Apabila nilai mahalanobis hitung tertinggi kurang dari nilai *chi-square distribution table*, maka dapat dikatakan bahwa data tidak memiliki *multivariate outlier*.

d. *Multicollinearity* dan *singularity*

Multikolinieritas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Nilai determinan matriks kovarians yang sangat kecil akan memberikan indikasi bahwa terdapat problem multikolinieritas atau singularitas di dalam data penelitian.

Apabila semua asumsi telah terpenuhi, kemudian dapat dilakukan uji reliabilitas. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian dengan menilai *construct reliability* dan *variance extracted*. Nilai *construct reliability* diperoleh dari kuadrat dari jumlah *standard loading* dibagi dengan kuadrat dari jumlah *standard loading* yang ditambahkan dengan jumlah *error*. Sedangkan jumlah *variance extracted* diperoleh dari jumlah dari kuadrat *standard loading* dibagi dengan jumlah dari kuadrat *standard loading* yang ditambahkan dengan jumlah *error*. Nilai *construct reliability* dan *variance extracted* yang direkomendasikan masing-masing adalah diatas 0,70 dan 0,50 (Murhadi, 2011).

Berikutnya, model dapat diuji melalui berbagai macam alat atau metode pengujian statistik. Pada analisis SEM terdapat berbagai macam *fit index* yang digunakan dalam pengukuran derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Beberapa indeks kesesuaian beserta *cut off value*-nya yang digunakan dalam menguji sebuah model tersebut antara lain (Ferdinand, 2002):

a.  $X^2$  (*Chi Square Statistic*)

Dalam pengukuran *fit index*, *chi-square statistic* merupakan alat ukur yang paling mendasar. Jumlah sampel yang digunakan dalam pengujian dapat mempengaruhi *chi square*. Jika jumlah sampel yang digunakan lebih dari 200, maka diperlukan alat uji lainnya untuk

mendampingi pengujian *fit index*. Nilai yang diharapkan agar model yang diuji dapat diterima adalah nilai yang sekecil mungkin dan lebih kecil dari nilai yang pada *chi square table* berdasarkan probabilitas dengan nilai *cutt-off*  $p > 0,05$  atau  $p > 0,01$  (Ghozali, 2008).

b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Pada penelitian yang menggunakan jumlah sampel besar, RMSEA dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic*. Dalam uji fit model, RMSEA merupakan kriteria yang wajib untuk dipenuhi. Nilai yang diharapkan pada RMSEA agar model dapat diterima adalah kurang dari sama dengan 0,08 (Ghozali, 2008).

a. GFI (*Goodness of Fit Index*)

*Fit index* ini digunakan untuk melihat tingkat kesesuaian dari model secara keseluruhan. GFI memiliki rentang nilai antara 0 (*poor fit*) hingga 1,0 (*perfect fit*). Semakin besar nilai GFI, maka semakin menunjukkan nilai yang *better fit*. Nilai yang diharapkan pada GFI agar model dapat diterima adalah lebih besar dari atau sama dengan 0,90 (Ghozali, 2008).

b. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

*Fit index* ini pada dasarnya sama seperti GFI karena kedua indeks tersebut sama-sama memperhitungkan proporsi tertimbang dari varians dalam sebuah matriks kovarians sampel. Namun, pada AGFI pengaruh dari *degree of freedom* telah disesuaikan. Nilai dari tingkat penerimaan yang diharapkan pada AGFI adalah lebih besar dari atau sama dengan 0,90 (Ghozali, 2008).

c. CMIN/DF (*Normal Chi Square*)

*Fit index* ini merupakan hasil pembagian dari *the minimum sample discrepancy function* (CMIN) dengan *degree of freedom*-nya (DF). Nilai yang diharapkan pada CMIN/DF agar model dapat diterima adalah sebesar lebih kecil dari atau sama dengan 2,0 (Ferdinand, 2002).

d. TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI adalah sebuah indeks kesesuaian *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji dengan *baseline* model. Nilai yang direkomendasikan pada TLI agar model dapat diterima adalah lebih besar dari atau sama dengan 0,95 (Ferdinand, 2002).

e. CFI (*Comparative Fit Index*)

*Fit index* ini memiliki keunggulan yaitu besarannya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel. CFI memiliki rentang nilai antara 0 (*poor fit*) hingga 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang diharapkan pada CFI agar model dapat diterima adalah lebih besar dari atau sama dengan 0,95 (Ferdinand, 2002).

Tabel 3.2 Kriteria *Goodness of Fit Index*

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-off Value</i> |
|------------------------------|----------------------|
| $X^2$ - <i>Chi Square</i>    | Diharapkan kecil     |
| <i>Probability</i>           | $\geq 0,05$          |
| <i>RMSEA</i>                 | $\leq 0,08$          |
| <i>GFI</i>                   | $\geq 0,90$          |
| <i>AGFI</i>                  | $\geq 0,90$          |
| <i>CMIND/DF</i>              | $\leq 2,00$          |
| <i>TLI</i>                   | $\geq 0,95$          |
| <i>CFI</i>                   | $\geq 0,95$          |

Sumber : Ferdinand (2002)

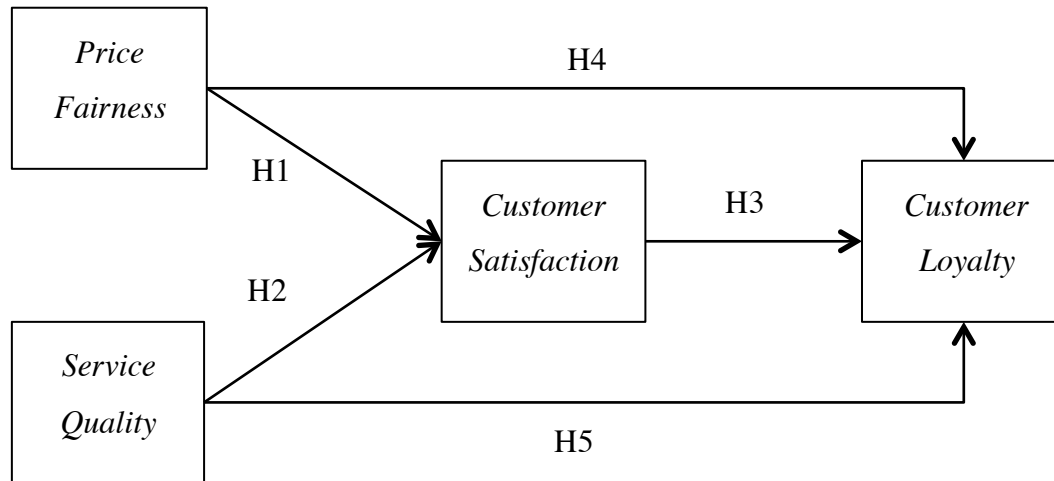
7. Interpretasi Model dan Modifikasi Model

Pada langkah terakhir ini, dilakukan interpretasi model dan modifikasi terhadap model-model yang menunjukkan hasil kurang memuaskan atau belum memenuhi syarat pengujian. Dalam menentukan perlu atau tidaknya suatu model untuk dimodifikasi, peneliti dapat melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model (Hair *et al* dalam Ferdinand, 2002). Apabila jumlah residualnya kurang dari 0,05 maka model tidak perlu dimodifikasi, tetapi jika jumlah residualnya lebih dari 0,05 maka model perlu dipertimbangkan.

Modifikasi dapat dilakukan untuk memperbaiki model yang telah dibentuk. Modifikasi bisa dilakukan selama perubahan tersebut memiliki dasar teori yang kuat dan dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan indeks modifikasi. Indikator dengan indeks modifikasi terbesar dapat dimodifikasi sehingga nilai chisquare dapat diperkecil (Ferdinand, 2002).

### 3.4 Hipotesis

Hipotesis Hipotesis Hipotesis penulis tentang penelitian ini digambarkan dalam Gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1 Hipotesis

Hipotesis 1 : *Price fairness* berpengaruh positif signifikan pada *customer satisfaction*.

Hipotesis 2 : *Service quality* berpengaruh positif signifikan pada *customer satisfaction*.

Hipotesis 3 : *Customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan pada *customer loyalty*.

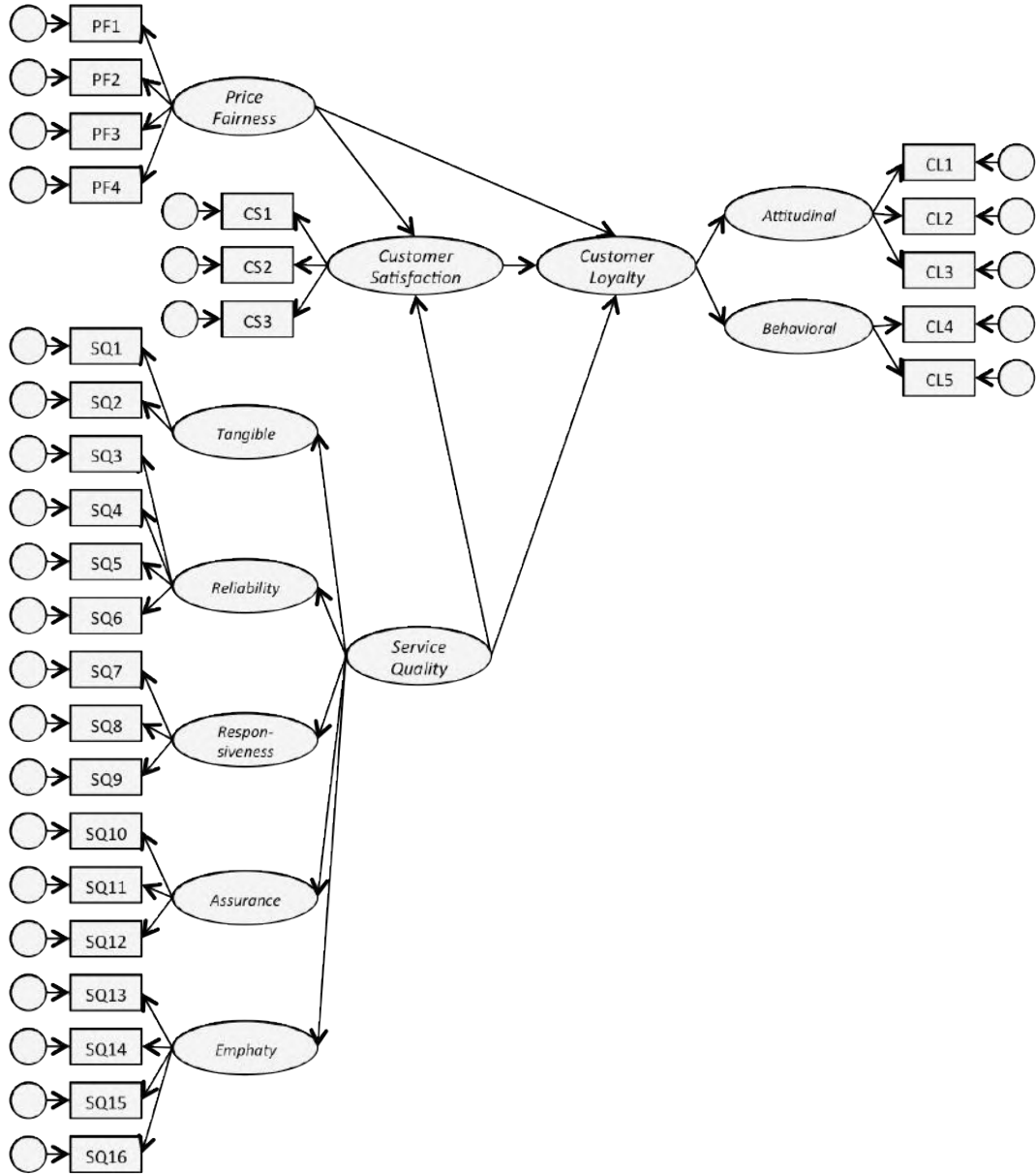
Hipotesis 4 : *Price fairness* berpengaruh positif signifikan pada *customer loyalty*.

Hipotesis 5 : *Service quality* berpengaruh positif signifikan pada *customer loyalty*.

Hipotesis 6 : *Customer satisfaction* menjadi variabel mediator antara *price fairness* dan *service quality* dengan *customer loyalty*.

### 3.5 Model Penelitian

Berikut ini adalah model penelitian yang merupakan visualisasi model struktural yang akan digunakan (Gambar 3.2).

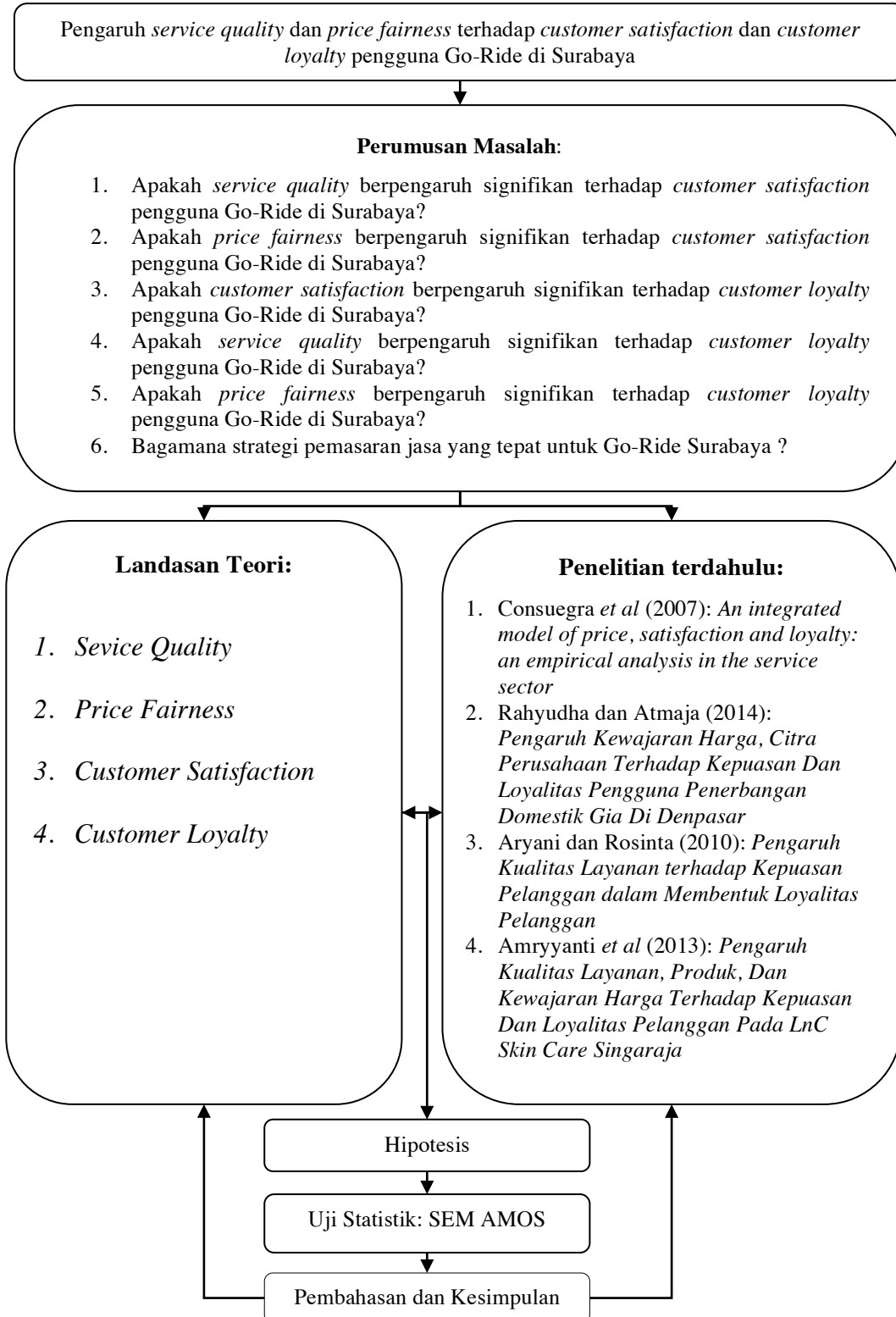


Gambar 3.2 Model Struktural Penelitian

Model penelitian pada Gambar 3.2 disusun berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya. Model pengukuran pada variabel *price fairness* dan *customer satisfaction* disusun berdasarkan penelitian Consuegra et al (2007). Model pengukuran pada variabel *service quality* disusun berdasarkan Parasuraman et al (1988) dalam Tjiptono (2014). Model pengukuran *customer loyalty* disusun berdasarkan Geçti & Zengin (2013).

### 3.6 Flowchart Penelitian

Berikut merupakan tahapan penelitian dalam bentuk *flowchart* yang ditunjukkan dengan Gambar 3.3.



Gambar 3.3 *Flowchart* Penelitian

## **BAB 4**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai gambaran umum perusahaan pengumpulan data dan pengolahan data menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM).

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Profil PT Gojek Indonesia**

PT Gojek Indonesia merupakan perusahaan pelopor penyedia jasa layanan ojek profesional *online* di Indonesia. PT Gojek Indonesia pertama kali didirikan oleh Michaelangelo Maron, Brian Cu dan Nadiem Makarim pada tahun 2011 yang berkantor pusat di Jalan Kemang Selatan Raya 99B Jakarta Selatan. Visi dari PT Gojek Indonesia adalah membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia. Sementara misi yang dimiliki perusahaan ini antara lain menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi, memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan, membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia, meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan social, serta menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online. Go-Jek memiliki slogan “*An Ojek For Every Need*” dengan maksud bahwa layanan ojek yang ditawarkan Go-Jek dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan. Hal tersebut dibuktikan dengan layanan utama yang ditawarkan Go-Jek pada periode awal kemunculannya yaitu Go-Ride untuk layanan penumpang, Go-Shop untuk layanan belanja, Go-Food untuk layanan pesan antar makanan dan Go-Send untuk layanan antar barang.

Pada awalnya penyediaan layanan ojek ini ditawarkan melalui telepon dan SMS. Namun berkat pengembangan teknologi yang dilakukan, pada awal tahun 2015 Gojek berhasil meluncurkan inovasi berupa aplikasi mobile yang dapat diunduh dan digunakan secara gratis dalam versi Android dan iOS. Go-Jek sendiri merupakan sebuah perusahaan yang dijalankan dengan cara menjalin

kemitraan dengan para pengendara ojek yang kemudian membekali mereka dengan perlengkapan operasional dan pengetahuan mengenai sistem operasionalnya. Perlengkapan operasional yang disediakan tersebut antara lain *smartphone* berisi aplikasi khusus yang digunakan untuk menerima *order* dan seragam berupa jaket beserta helm yang memiliki warna dominan hijau. Sementara untuk pendapatannya, Go-Jek memberlakukan sistem bagi hasil dengan para *driver* tersebut.

Hingga periode penelitian ini, bisnis Gojek telah mengembangkan jenis layanannya dan layanan-layanan yang disediakan tersebut antara lain: Go-Ride , Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Glam, Go-Clean, Go-Massage, Go-Tix, Go-Busway, dan Go-Pay. Selain melakukan ekspansi jenis layanan, Gojek juga telah melakukan ekspansi pasar yang sampai saat penelitian ini wilayah operasional Go-Jek telah mencakup area Jabodetabek, Bandung, Bali, Makassar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, Balikpapan, dan Surabaya. Go-Jek sendiri mulai masuk ke wilayah Surabaya mulai pada tanggal 5 Juni 2015 dan untuk area Surabaya Go-Jek memiliki kantor di Jalan Tidar No.67, Surabaya.

#### **4.1.2 Profil Go-Ride**

Go-Ride merupakan salah satu bentuk layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek yang berfungsi untuk memudahkan masyarakat dalam menemukan pengendara ojek yang sedang berada di area sekitar melalui suatu aplikasi *mobile* yang berbasis *online*. Pada layanan ini, perusahaan berusaha menawarkan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan para pengendara atau *driver* khusus yang tersedia dan telah tergabung dalam perusahaan ini. Kemudahan komunikasi yang dimaksud ialah pengguna dapat mengetahui keberadaan dan melakukan order kepada pengendara ojek dari wilayah manapun yang termasuk dalam wilayah operasional. Go-Ride memberlakukan tarif yang seringkali berubah dan harga yang berbeda pada wilayah dan waktu tertentu. Misalnya adalah skema harga untuk *rush hour* akan berbeda dengan skema harga pada jam-jam normal, selain itu harga di Jabodetabek pada saat masa promo juga memiliki perbedaan dengan harga di kota-kota lainnya. Pada periode penelitian ini berlangsung, harga yang diberlakukan di wilayah Surabaya adalah tarif datar sebesar Rp 15.000,00 dengan jarak maksimum 25 km.



## **4.2 Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui survey yang dilakukan secara *online*. Pengumpulan data dimulai dari tanggal 1 Maret 2016 sampai dengan 30 April 2016. Kuesioner survey disebarakan kepada pelanggan jasa Go-Ride di seluruh wilayah Surabaya yang memenuhi syarat atau kriteria untuk dijadikan sebagai responden yaitu berusia antara 18-50 tahun dan menggunakan layanan Go-Ride di Surabaya dalam kurun waktu antara Desember 2015 - April 2016. Kuesioner tersebut disebarakan baik secara langsung maupun melalui media sosial dalam bentuk *link* yang mengarahkan responden untuk menuju ke tautan *google form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan penelitian. Media sosial yang digunakan dalam menyampaikan kuesioner tersebut antara lain *Facebook*, *Twitter*, dan *Line Messenger*. Pada proses pengumpulan data tersebut, total jumlah responden yang didapatkan adalah sebanyak 508 responden. Kemudian dari jumlah tersebut dilakukan proses eliminasi sehingga menjadi 400 responden yang layak untuk dijadikan sumber data dalam pengolahan data.

## **4.3 Pengolahan Data**

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengolahan data dari data kuesioner yang telah dikumpulkan. Data yang dianalisis merupakan data primer yang diperoleh dari hasil survey dari pengguna aplikasi Go-Ride di Surabaya dalam kurun waktu antara bulan Desember 2015 - April 2016. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

### **4.3.1 Pengolahan Statistik Deskriptif**

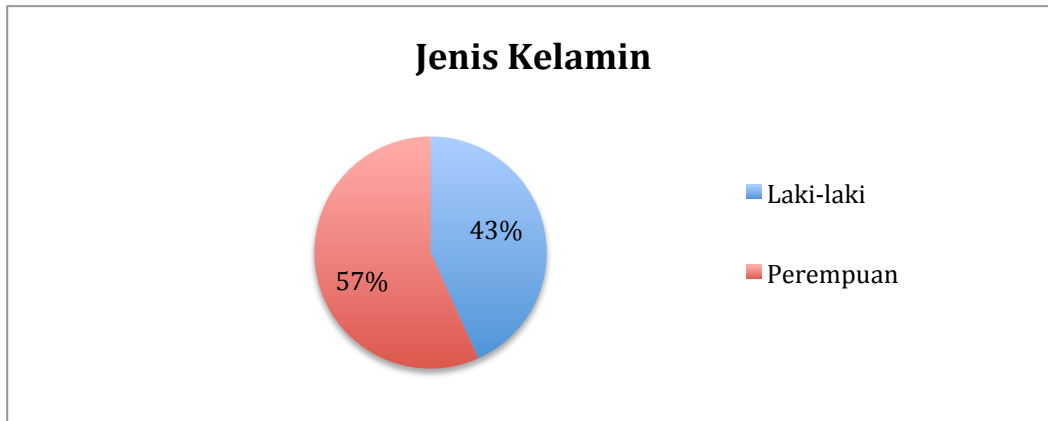
Pada pengolahan data statistik deskriptif, data yang diolah antara lain data mengenai karakteristik demografi dan karakteristik perilaku pengguna, serta tabulasi silang antara karakteristik demografi dan karakteristik perilaku pengguna.

#### **4.3.1.1 Karakteristik Demografi**

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai karakteristik demografi responden pelanggan Go-Ride di Surabaya yang meliputi jenis kelamin, rentang usia, tempat tinggal, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pengeluaran perbulan.

#### 4.3.1.1.1 Jenis Kelamin

Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif pada jenis kelamin:

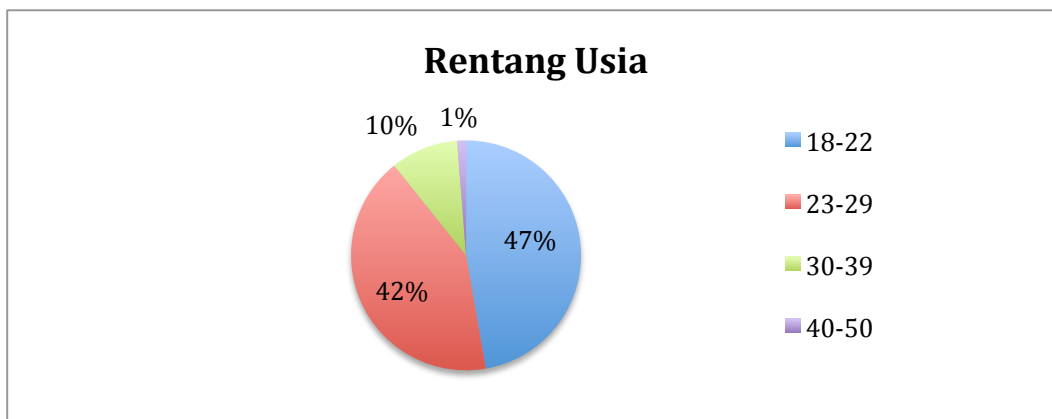


Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.1, dapat diketahui bahwa pengguna layanan Go-Ride di wilayah Surabaya yang menjadi responden penelitian ini lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan dibandingkan dengan yang berjenis kelamin laki-laki. Dari total 400 responden 57% diantaranya adalah perempuan sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki memiliki persentase sebanyak 43%.

#### 4.3.1.1.2 Rentang Usia

Berikut adalah hasil pengolahan statistik deskriptif pada rentang usia :



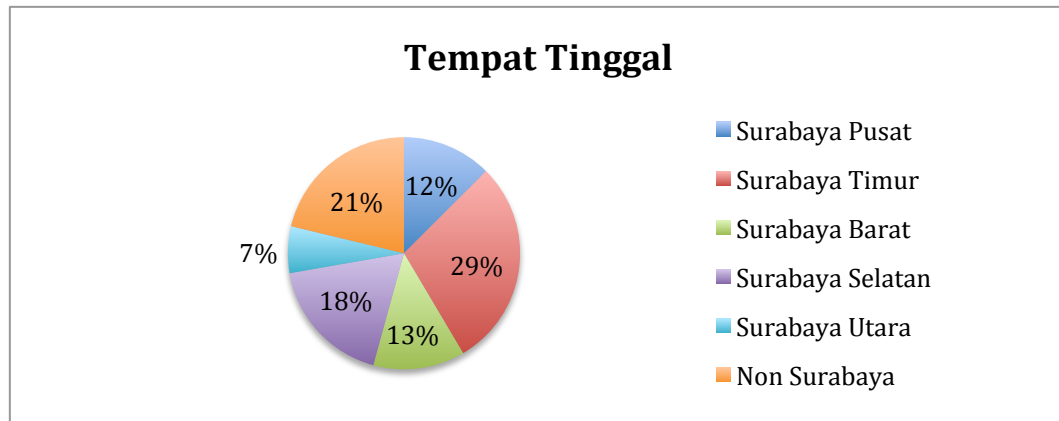
Gambar 4.2 Diagram Rentang Usia

Berdasarkan Gambar 4.2, dapat diketahui bahwa *range* usia yang mendominasi sebagai responden adalah *range* usia 18-22 dengan persentase 47% diikuti oleh *range* usia 23-29 dengan persentase 42%. Pada *range* usia 30-39 dan 40 tahun ke atas masing-masing memiliki persentase sebesar 10% dan 1%. Dari

data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan Go-Ride di wilayah Surabaya yang menjadi responden penelitian ini merupakan orang-orang yang berusia muda.

#### 4.3.1.1.3 Tempat Tinggal

Berikut ini adalah pengolahan statistik deskriptif untuk tempat tinggal :

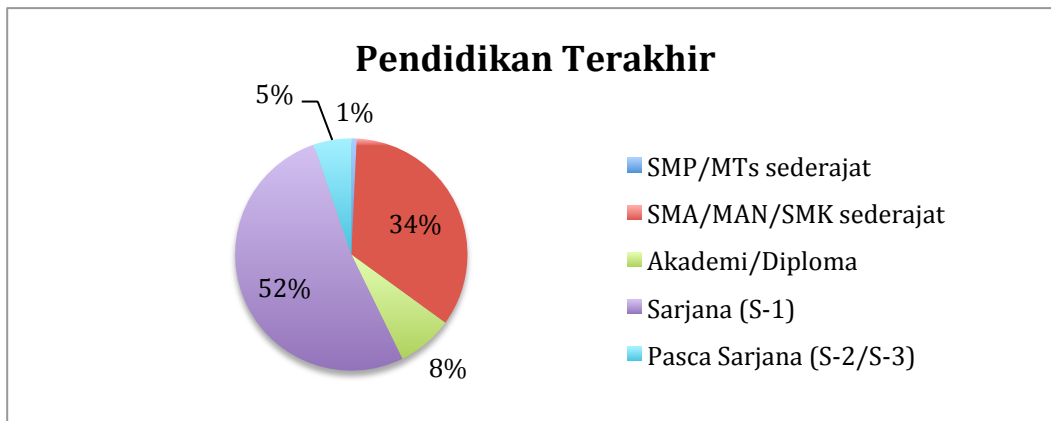


Gambar 4.3 Diagram Tempat Tinggal

Dari hasil analisis responden berdasarkan wilayah tempat tinggal (lihat Gambar 4.3), dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan layanan Go-Ride di Surabaya didominasi oleh pelanggan yang berasal dari area Surabaya Timur dengan persentase sebesar 29%. Pelanggan yang berasal dari luar Kota Surabaya (21%) memiliki persentase yang cukup tinggi apabila dibandingkan dengan pelanggan yang berasal dari area Surabaya lainnya seperti Surabaya Selatan (18%), Surabaya Barat (13%), Surabaya Pusat (12%) dan Surabaya Utara (7%).

#### 4.3.1.1.4 Pendidikan Terakhir

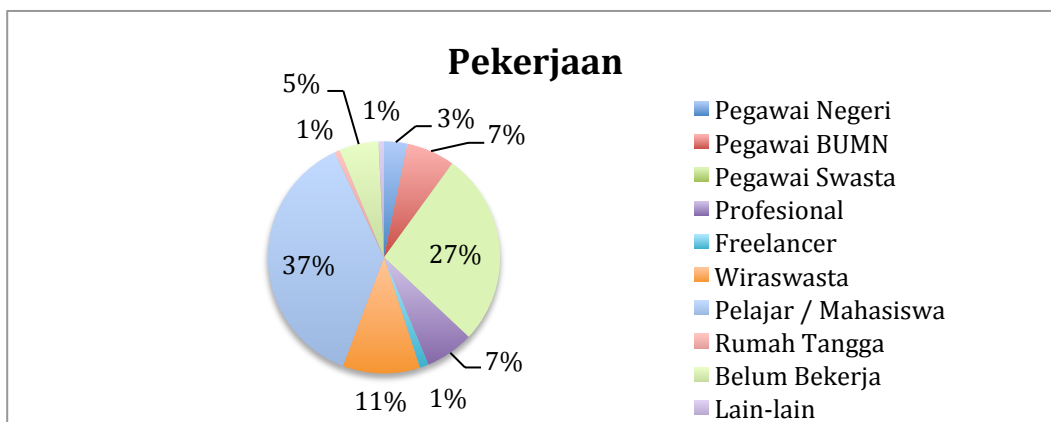
Berdasarkan Gambar 4.4, dapat dilihat bahwa pelanggan layanan Go-Ride di wilayah Surabaya yang menjadi responden sebagian besar memiliki pendidikan formal terakhir setingkat sarjana dengan persentase sebesar 52%. Responden dengan pendidikan terakhir SMA/MAN/SMK sederajat juga memiliki persentase yang tinggi yaitu sebesar 34%. Sementara itu responden dengan jenjang pendidikan terakhir diploma/akademi dan pascasarjana masing-masing memiliki persentase sebesar 8% dan 5 %. Hanya 1% responden yang memiliki pendidikan terakhir setingkat SMP.



Gambar 4.4 Diagram Pendidikan Terakhir

#### 4.3.1.1.5 Pekerjaan

Berikut ini merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk pekerjaan:

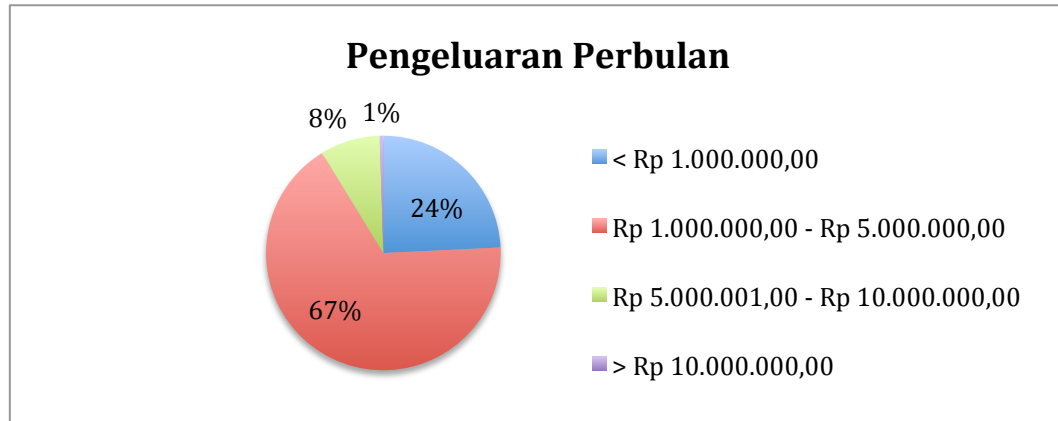


Gambar 4.5 Diagram Pekerjaan

Gambar 4.5 menunjukkan bahwa berdasarkan data yang diperoleh, responden yang merupakan pelanggan layanan Go-Ride di wilayah Surabaya didominasi oleh kalangan pelajar dan mahasiswa (37%). Pada kalangan pegawai termasuk diantaranya pegawai negeri, pegawai BUMN dan pegawai swasta, jika diakumulasikan juga akan memberikan persentase sebesar 37%. Sedangkan pada kalangan wiraswasta dan profesional masing-masing memiliki persentase sebesar 11% dan 7%. Sementara itu pelanggan yang memiliki status belum bekerja memberikan persentase sebesar 5% dan sisanya yaitu rumah tangga, *freelance*, dan lain-lain masing-masing memiliki persentase sebesar 1%.

#### 4.3.1.1.6 Pengeluaran Perbulan

Berikut ini merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk pengeluaran perbulan pengguna Go-Ride di Surabaya:



Gambar 4.6 Diagram Pengeluaran Perbulan

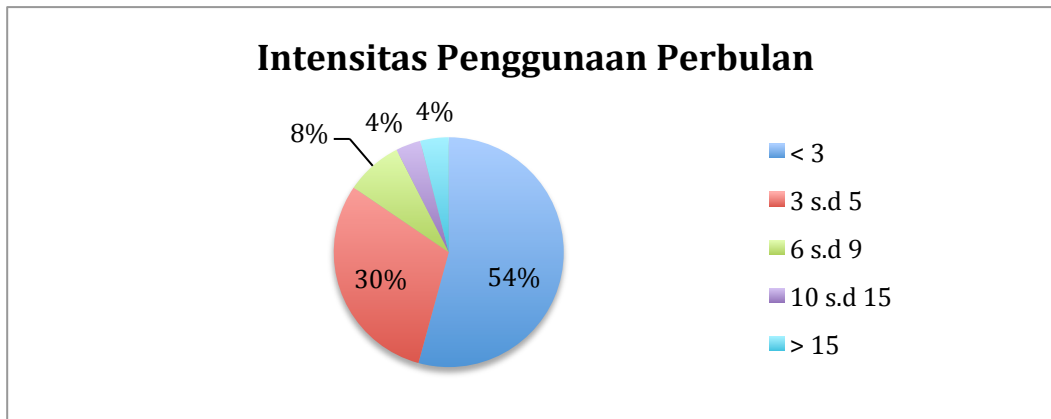
Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dikatakan bahwa responden pengguna layanan Go-Ride di wilayah Surabaya berada pada segmen kelas menengah dan menengah ke bawah. Data menunjukkan bahwa 67% pelanggan tersebut memiliki pengeluaran antara Rp 1.000.001,00 – Rp 5.000.000,00 dan 24% pelanggan memiliki pengeluaran di bawah Rp 1.000.000,00. Sementara itu pelanggan yang memiliki pengeluaran kebutuhan sehari-hari sebesar Rp 5.000.001,00 – 10.000.000,00 hanya memiliki persentase sebesar 8% dan hampir tidak ada (<1%) responden yang memiliki pengeluaran perbulan di atas Rp 10.000.000,00.

#### 4.3.1.2 Karakteristik Perilaku Pengguna

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil pengolahan data statistik deskriptif mengenai karakteristik penggunaan layanan yang meliputi intensitas penggunaan jasa, hari paling sering untuk menggunakan jasa, waktu paling sering untuk menggunakan jasa, tipe atau alasan penggunaan jasa, alasan responden memilih jasa dan opini responden mengenai keunggulan jasa.

##### 4.3.1.2.1 Intensitas Penggunaan

Berikut ini merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk intensitas pelanggan dalam menggunakan layanan Go-Ride:

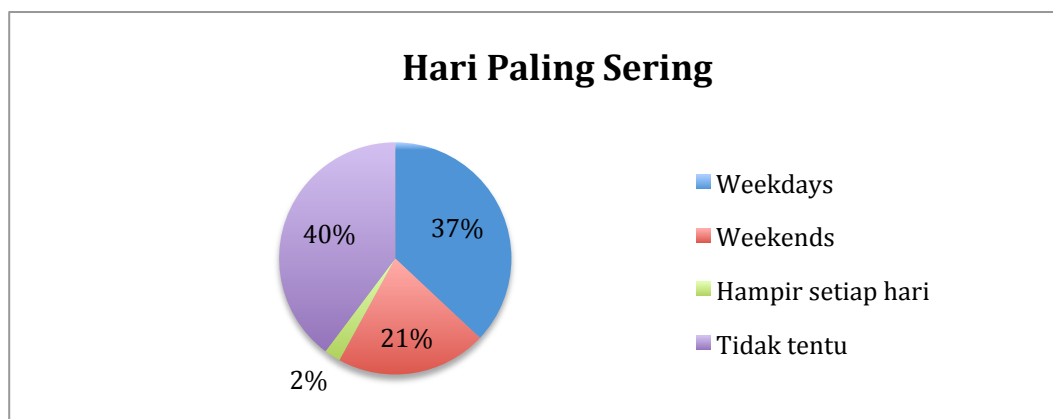


Gambar 4.7 Diagram Intensitas Penggunaan Perbulan

Berdasarkan Gambar 4.7, dapat dilihat bahwa responden sebagian besar menggunakan layanan Go-Ride dengan intensitas yang sangat kecil atau dapat dikatakan jarang yaitu kurang dari 3 kali dalam satu bulan. Persentase responden yang menggunakan layanan ini dengan intensitas kurang dari tiga kali dalam satu bulan tersebut adalah sekitar 54%. Sementara itu responden yang menggunakan layanan ini dengan intensitas antara tiga sampai dengan lima kali dalam satu bulan atau dapat dikatakan hampir sekali dalam seminggu adalah sebesar 30%. Sisanya yaitu sebesar 16% menggunakan Go-Ride dengan intensitas yang cukup sering yaitu lebih dari 5 kali dalam satu bulan. Lebih spesifiknya 8% pelanggan menggunakan layanan ini dengan intensitas 6-9 kali dalam satu bulan, kemudian 4% pelanggan menggunakan layanan ini dengan intensitas 10-15 kali dalam satu bulan dan 4% menggunakannya lebih dari 15 kali dalam satu bulan.

#### 4.3.1.2.2 Hari Paling Sering

Berikut ini adalah hasil statistik deskriptif untuk hari yang paling sering:

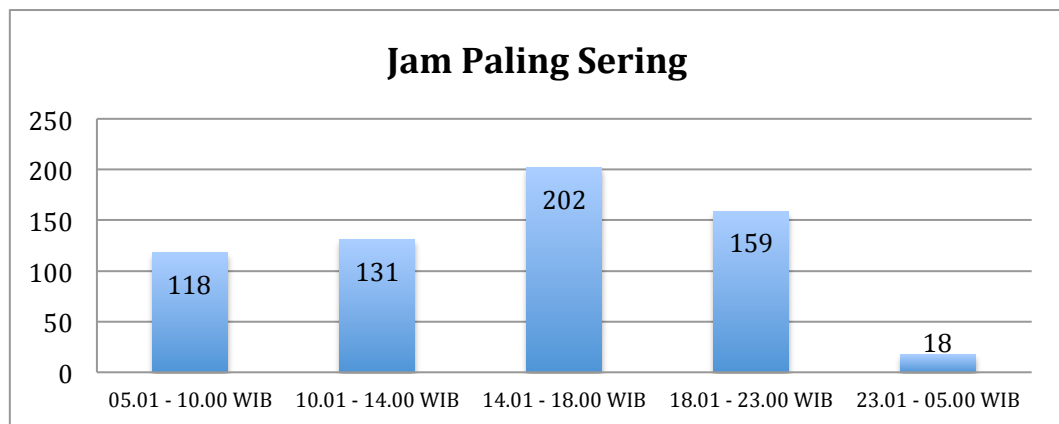


Gambar 4.8 Diagram Hari Paling Sering

Berdasarkan Gambar 4.8, dapat dilihat bahwa pengguna layanan Go-Ride di wilayah Surabaya yang menjadi responden mayoritas menggunakan jasa ini dengan hari yang tidak tentu (40%) dalam arti mereka terkadang menggunakan jasa ini saat *workweek* dan juga terkadang menggunakannya saat *weekends*. Kemudian responden yang menggunakan layanan ini hanya pada saat *workweek* adalah sebesar 37% dan yang menggunakan layanan hanya pada saat *weekends* adalah sebesar 21%. Hanya 2% dari responden yang menggunakan jasa Go-Ride hampir setiap hari secara rutin baik saat *workweek* maupun *weekends*.

#### 4.3.1.2.3 Jam Paling Sering

Berikut ini merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk jam yang paling sering bagi pelanggan untuk menggunakan layanan Go-Ride:

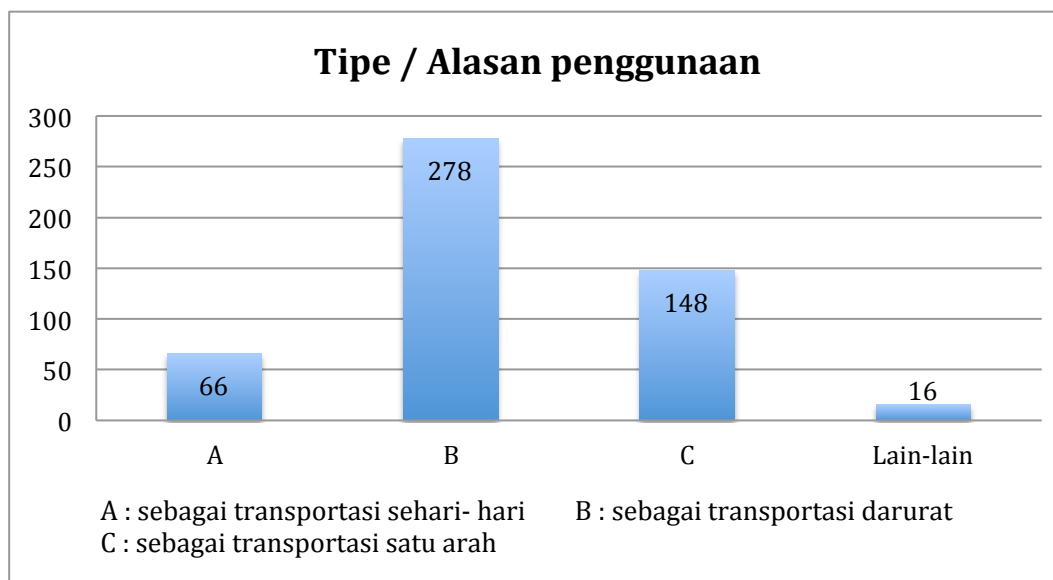


Gambar 4.9 Grafik Jam Paling Sering

Gambar 4.9 merupakan hasil dari analisis statistik deskriptif yang menunjukkan jam-jam yang digunakan oleh pelanggan Go-Ride di Surabaya. Dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa dari 400 responden 118 (29%) orang menggunakan layanan ini pada pagi hari antara 05.01-10.00 WIB, 131 (33%) orang pada siang hari antara 10.01-14.00 WIB, 202 (50%) orang saat sore antara 14.01-18.00 WIB, 159 (40%) orang pada malam hari antara 18.01-23.00 WIB, dan hanya 18 (5%) orang yang menggunakan layanan ini antara pukul 23.00-05.00 WIB. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa layanan Go-Ride di Surabaya paling banyak digunakan pada waktu sore hingga malam.

#### 4.3.1.2.4 Tipe/Alasan Penggunaan Jasa

Berdasarkan Gambar 4.10 dapat dilihat bahwa di antara 400 responden, hanya 66 (16%) orang yang menggunakan Go-Ride sebagai alat transportasi sehari-hari dalam arti mereka menggunakan layanan ini untuk pulang pergi ke tempat kerja, sekolah, tempat belanja atau tempat-tempat yang dikunjungi secara rutin lainnya. Lalu sebanyak 278 (69%) orang menggunakan layanan Go-Ride sebagai transportasi darurat, misalnya hanya saat kendaraan pribadi rusak, macet, urgen dan sebagainya. Sementara itu 148 (37%) orang menggunakannya sebagai transportasi satu arah atau hanya saat pergi atau kembali dari terminal, stasiun dan bandara. Sedangkan 16 (4%) diantaranya menggunakan Go-Ride untuk keperluan lain. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan layanan Go-Ride di wilayah Surabaya yang menjadi responden sebagian besar menggunakan layanan tersebut sebagai alat transportasi darurat, misalnya saat terjadi kerusakan pada kendaraan pribadi, saat ada keperluan yang tiba-tiba, menghindari kemacetanan dan hal-hal urgen lainnya. Berikut ini merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk tipe atau alasan penggunaan jasa Go-Ride:

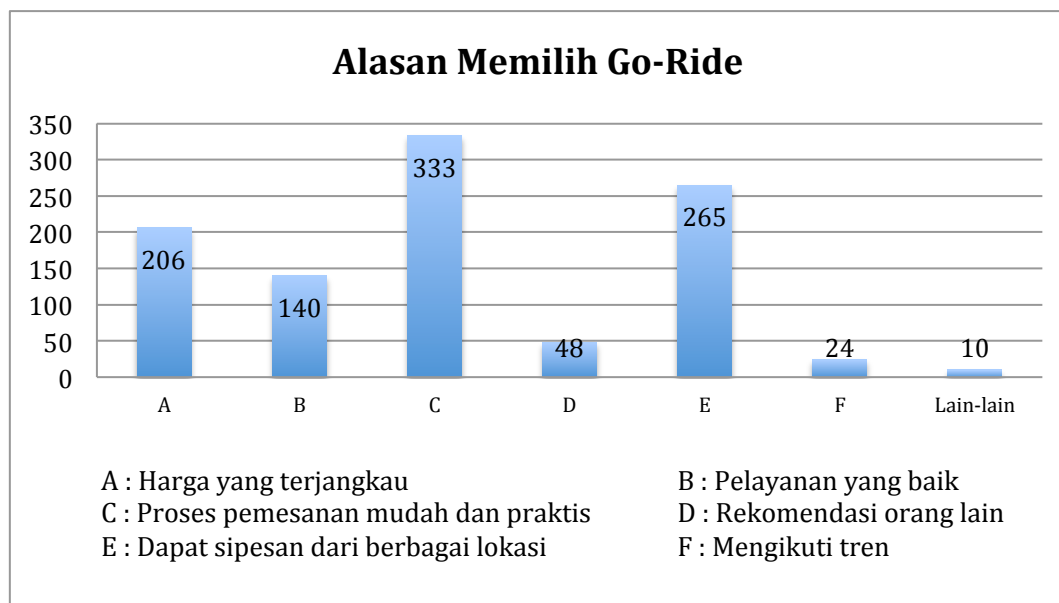


Gambar 4.10 Grafik Alasan Penggunaan

#### 4.3.1.2.5 Alasan Memilih Go-Ride

Berikut hasil pengolahan statistik deskriptif untuk alasan pelanggan memilih Go-Ride:





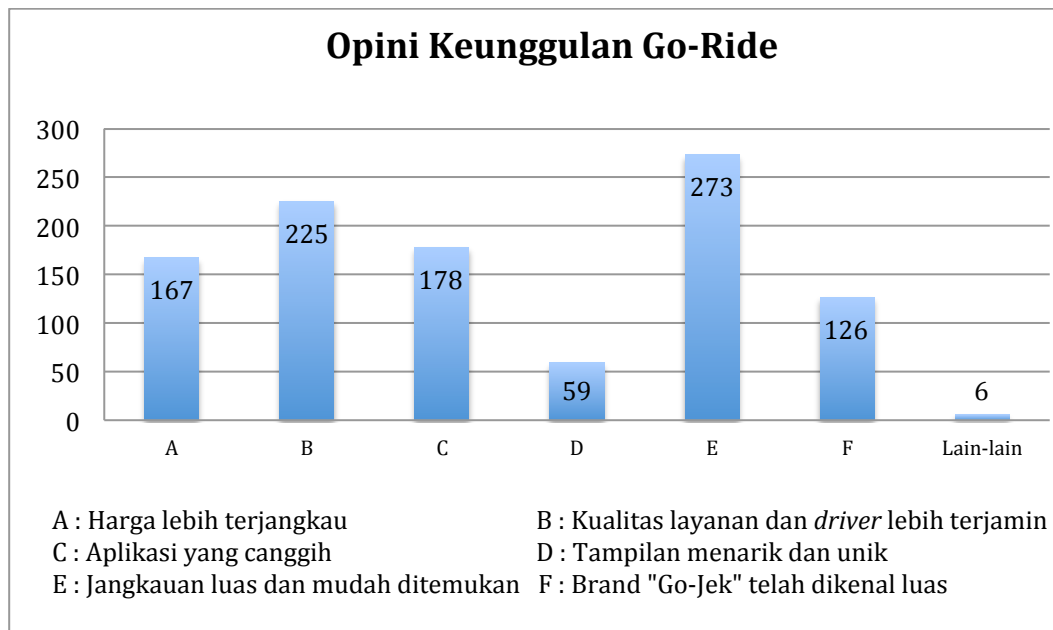
Gambar 4.11 Grafik Alasan Memilih Go-Ride

Berdasarkan Gambar 4.11, dapat dilihat bahwa jawaban C yaitu proses pemesanan yang mudah dan praktis menjadi alasan paling banyak dipilih oleh responden. Tercatat sebanyak 333 dari 400 (83%) responden memilih layanan ini karena alasan tersebut. Alasan terbanyak kedua yaitu E (dapat dipesan dari berbagai lokasi) dengan jumlah 265 (66%) orang yang memilih. Kemudian responden yang memilih layanan ini berdasarkan jawaban A atau harga yang terjangkau dan B atau pelayanan yang baik masing masing sejumlah 206 (52%) dan 140 (35%). Sedangkan alasan lainnya seperti D (rekomendasi dari orang lain) dan F ( mengikuti tren) masing-masing hanya berjumlah 48 (12%) dan 24 (6%).

#### 4.3.1.2.6 Opini Keunggulan Go-Ride

Berdasarkan Gambar 4.12, dapat dilihat bahwa responden memiliki opini bahwa keunggulan terbesar layanan Go-Ride di wilayah Surabaya adalah pada jangkauan layanan yang luas dan mudah ditemukan (E). Sebanyak 273 dari 400 (68%) responden setuju bahwa hal tersebut menjadi keunggulan yang dimiliki oleh layanan ini. Kualitas layanan dan *driver* yang lebih terjamin (B) menjadi keunggulan kedua menurut opini responden dengan jumlah 225 dari 400 (56%) responden yang memilih. Kemudian aplikasi yang canggih (C), dan harga yang lebih murah (A) masing-masing memiliki jumlah respon pada kisaran angka yang setara yaitu 178 (44%) dan 167 (42%). Sementara itu, *brand* yang telah dikenal

luas (F) dan kemenarikan tampilan layanan (D) masing-masing hanya mendapatkan respon sebesar 126 (32%) dan 59 (15%) serta terdapat 6 (1%) orang yang memiliki opini lain mengenai keunggulan layanan Go-Ride di Surabaya.



Gambar 4.12 Grafik Opini Keunggulan Go-Ride

#### 4.3.1.3 Cross Tabulation

Pada tahap ini dilakukan tabulasi silang pada komponen-komponen profil demografi terhadap profil komunitas atau perilaku pengguna dan hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil *Cross Tabulation*

| Komponen <i>Crosstab</i> |   |                | <i>P value</i> | Label                      |
|--------------------------|---|----------------|----------------|----------------------------|
| Jenis Kelamin            | * | Intensitas     | 0,998          | > 0,05, tidak ada hubungan |
| Jenis Kelamin            | * | Hari Tersering | 0,625          | > 0,05, tidak ada hubungan |
| Rentang Usia             | * | Intensitas     | 0,001          | < 0,05, ada hubungan       |
| Rentang Usia             | * | Hari Tersering | 0,075          | > 0,05, tidak ada hubungan |
| Tempat Tinggal           | * | Intensitas     | 0,842          | > 0,05, tidak ada hubungan |
| Tempat Tinggal           | * | Hari Tersering | 0,000          | < 0,05, ada hubungan       |
| Pendidikan               | * | Intensitas     | 0,349          | > 0,05, tidak ada hubungan |
| Pendidikan               | * | Hari Tersering | 0,037          | < 0,05, ada hubungan       |
| Pekerjaan                | * | Intensitas     | 0,263          | > 0,05, tidak ada hubungan |
| Pekerjaan                | * | Hari Tersering | 0,661          | > 0,05, tidak ada hubungan |
| Pengeluaran              | * | Intensitas     | 0,000          | < 0,05, ada hubungan       |
| Pengeluaran              | * | Hari Tersering | 0,026          | < 0,05, ada hubungan       |
| Intensitas               | * | Hari Tersering | 0,000          | < 0,05, ada hubungan       |

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa :

1. Tidak terdapat hubungan antara jenis kelamin dari responden pengguna Go-Ride dengan intensitas dalam menggunakan layanan, begitu juga terhadap hari-hari dalam menggunakan layanan Go-Ride.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara rentang usia dari responden pengguna Go-Ride dengan intensitas dalam menggunakan layanan. Namun tidak terdapat hubungan antara rentang usia pelanggan dengan hari-hari yang paling sering untuk menggunakan layanan Go-Ride. Data menunjukkan bahwa semakin muda usia pelanggan, maka intensitas penggunaannya akan lebih kecil dibandingkan dengan pelanggan pada rentang usia yang lebih dewasa.
3. Tidak terdapat hubungan antara area domisili atau tempat tinggal responden dengan intensitas penggunaan Go-Ride. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara tempat tinggal responden dengan hari-hari yang paling sering untuk menggunakan layanan Go-Ride. Data responden menunjukkan bahwa pelanggan di area Surabaya Timur cenderung menggunakan layanan ini pada hari-hari *weekdays*, lalu pelanggan yang berasal dari luar Surabaya, Surabaya Barat dan Surabaya Selatan memiliki kecenderungan menggunakan layanan ini secara tidak tentu atau pasti antara *weekends* ataupun *workweek*, Sedangkan pelanggan yang berasal dari Surabaya Pusat dan Surabaya Utara cenderung seimbang antara *weekdays* dan tidak tentu.
4. Tidak terdapat hubungan antara tingkat pendidikan terakhir responden dengan intensitas penggunaan layanan Go-Ride. Namun tingkat pendidikan responden berhubungan dengan hari-hari yang paling untuk menggunakan layanan.
5. Tidak terdapat hubungan antara jenis pekerjaan responden terhadap intensitas maupun terhadap hari yang paling sering untuk menggunakan Go-Ride.
6. Terdapat hubungan antara pengeluaran responden dengan intensitas penggunaan dan juga terhadap hari-hari yang paling sering untuk menggunakan Go-Ride. Data menunjukkan bahwa semakin kecil pengeluaran perbulan dari responden, maka persentase dalam intensitas penggunaan yang lebih kecil akan semakin besar. Dalam arti responden yang memiliki pengeluaran perbulan kurang dari Rp 1.000.000,00 memiliki persentase lebih besar pada intensitas penggunaan yang kurang dari 3 kali perbulan, sementara

responden dengan pengeluaran yang lebih dari Rp 5.000.000 perbulan memiliki persentase yang lebih besar pada intensitas penggunaan yang lebih dari 3 kali dalam satu bulan.

#### 4.3.2 Uji Kelayakan Data

##### 4.3.2.1 Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas data digunakan untuk mengetahui distribusi data yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan kriteria nilai kritis (*critical ratio*) *skewness value* sebesar  $\pm 2,58$ .

Tabel 4.2 Hasil Asumsi Normalitas

| <i>Variable</i>     | <i>Min</i> | <i>Max</i> | <i>Skewness</i> | <i>C.R.</i> | <i>Kurtosis</i> | <i>C.R.</i> |
|---------------------|------------|------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|
| PF1                 | 3,000      | 7,000      | -,545           | -4,448      | ,554            | 2,262       |
| PF2                 | 3,000      | 7,000      | -,294           | -2,404      | ,267            | 1,090       |
| PF3                 | 3,000      | 7,000      | -,362           | -2,956      | ,340            | 1,388       |
| PF4                 | 2,000      | 7,000      | -,581           | -4,741      | 1,456           | 5,944       |
| SQ1                 | 4,000      | 7,000      | -,008           | -,067       | -,646           | -2,636      |
| SQ2                 | 4,000      | 7,000      | ,176            | 1,436       | -,928           | -3,787      |
| SQ3                 | 4,000      | 7,000      | ,076            | ,622        | -,933           | -3,811      |
| SQ4                 | 4,000      | 7,000      | ,028            | ,228        | -1,249          | -5,098      |
| SQ5                 | 4,000      | 7,000      | ,010            | ,081        | -1,246          | -5,087      |
| SQ6                 | 4,000      | 7,000      | ,078            | ,633        | -1,338          | -5,463      |
| SQ7                 | 4,000      | 7,000      | ,240            | 1,956       | -1,086          | -4,434      |
| SQ8                 | 4,000      | 7,000      | ,093            | ,757        | -,830           | -3,387      |
| SQ9                 | 4,000      | 7,000      | -,009           | -,071       | -1,015          | -4,144      |
| SQ10                | 4,000      | 7,000      | ,096            | ,787        | -,970           | -3,962      |
| SQ11                | 4,000      | 7,000      | ,226            | 1,844       | -1,511          | -6,170      |
| SQ12                | 4,000      | 7,000      | -,094           | -,769       | -,857           | -3,500      |
| SQ13                | 4,000      | 7,000      | -,201           | -1,638      | -,881           | -3,597      |
| SQ14                | 4,000      | 7,000      | -,096           | -,784       | -1,068          | -4,359      |
| SQ15                | 4,000      | 7,000      | -,256           | -2,094      | -1,149          | -4,689      |
| SQ16                | 4,000      | 7,000      | -,042           | -,340       | -1,001          | -4,086      |
| CS1                 | 4,000      | 7,000      | ,025            | ,208        | -,218           | -,890       |
| CS2                 | 3,000      | 7,000      | -,032           | -,264       | ,059            | ,240        |
| CS3                 | 4,000      | 7,000      | ,093            | ,757        | -,239           | -,975       |
| CL1                 | 4,000      | 7,000      | ,076            | ,619        | -,246           | -1,006      |
| CL2                 | 4,000      | 7,000      | ,052            | ,422        | -,332           | -1,354      |
| CL3                 | 3,000      | 7,000      | -,048           | -,389       | ,116            | ,472        |
| CL4                 | 4,000      | 7,000      | ,029            | ,236        | -,248           | -1,014      |
| CL5                 | 3,000      | 7,000      | -,280           | -2,284      | ,014            | ,059        |
| <i>Multivariate</i> |            |            |                 |             | -6,955          | -1,697      |

Keterangan: C.R: *Critical Rate*

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 4.2, diketahui bahwa nilai *c.r multivariate* ialah sebesar -1,697. Angka ini tidak lebih besar dari 2,58 dan tidak kurang dari -2,58 (Ferdinand, 2002), sehingga dapat dijelaskan bahwa sebaran data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria normalitas.

#### 4.3.2.2 Uji Outlier

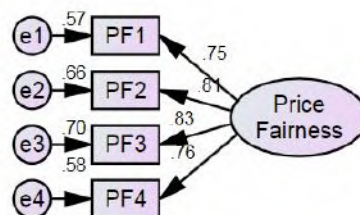
Pada penelitian ini pendeteksian terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance*. Uji *mahalanobis distance* menjelaskan tiap data yang dihitung akan menunjukkan jarak data dari rata-rata semua variabel dalam ruang mutidimensional (Hair *et al* dalam Ferdinand, 2006). *Mahalanobis distance* dievaluasi dengan menggunakan  $\chi^2$  pada derajat kebebasan (df) sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2002). Apabila nilai *mahalanobis* hitung tertinggi < nilai *chi-square distribution table*, maka dapat dikatakan bahwa data tidak memiliki *multivariate outlier*.

Pada penelitian ini indikator yang digunakan berjumlah 28. Berdasarkan tabel *chi-square* dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,001, diperoleh angka *chi-square* sebesar 56,892. Hasil pengujian outlier menunjukkan *mahalanobis distance* dengan jarak tertinggi memiliki nilai sebesar 51,808. Angka tersebut bernilai kurang dari 56,892 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat *multivariate outliers* di dalam data penelitian ini.

#### 4.3.3 Confirmatory Factor Analysis (CFA)

##### 4.3.3.1 Uji Validitas Variabel *Price Fairness*

Berikutnya ini adalah variabel *price fairness* yang dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan empat indikator. Hasil *confirmatory factor analysis* pada variabel *price fairness* ditunjukkan pada Tabel 4.3.



Gambar 4.13 CFA Variabel *Price Fairness*

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel *Price Fairness*

| Indikator |      | Variabel | <i>Estimate</i> | P     | Label                |
|-----------|------|----------|-----------------|-------|----------------------|
| PF1       | <--- | PF       | 0,754           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| PF2       | <--- | PF       | 0,810           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| PF3       | <--- | PF       | 0,834           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| PF4       | <--- | PF       | 0,764           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |

Keterangan: PF: *Price Fairness*

Berdasarkan Gambar 4.13 dan hasil output yang ditunjukkan pada Tabel 4.3, diketahui bahwa keempat indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *price fairness* memiliki nilai p yang signifikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa semua indikator signifikan digunakan untuk mengukur variabel *price fairness*.

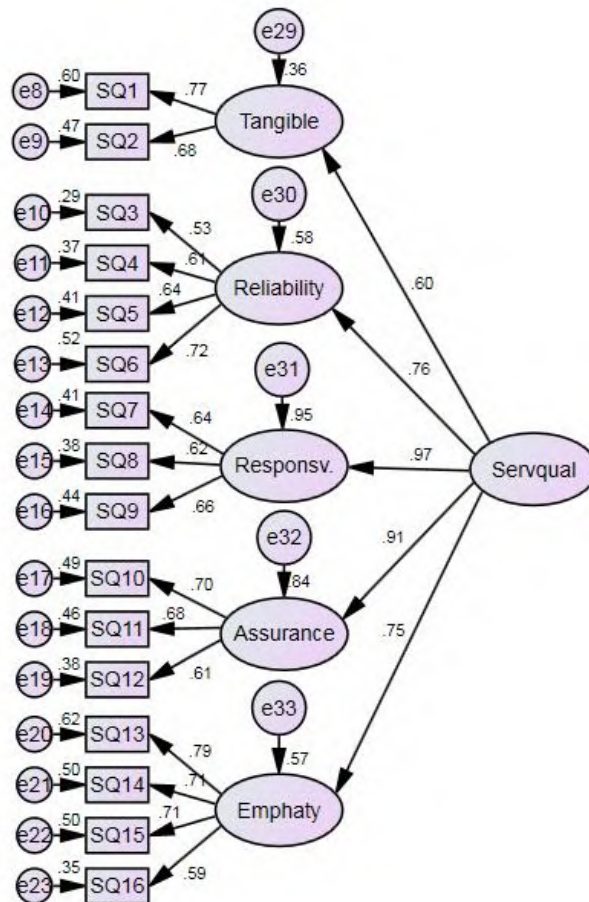
#### 4.3.3.2 Uji Validitas Variabel *Service Quality*

Pada penelitian ini variabel *service quality* diukur dengan menggunakan 16 indikator. Hasil *confirmatory factor analysis* pada variabel *service quality* ditunjukkan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel *Service Quality*

| Indikator |     | Variabel              | <i>Estimate</i> | P     | Label                |
|-----------|-----|-----------------------|-----------------|-------|----------------------|
| SQ1       | <-- | <i>Tangibles</i>      | 0,773           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ2       | <-- | <i>Tangibles</i>      | 0,683           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ3       | <-- | <i>Reliability</i>    | 0,535           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ4       | <-- | <i>Reliability</i>    | 0,607           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ5       | <-- | <i>Reliability</i>    | 0,639           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ6       | <-- | <i>Reliability</i>    | 0,724           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ7       | <-- | <i>Responsiveness</i> | 0,639           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ8       | <-- | <i>Responsiveness</i> | 0,618           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ9       | <-- | <i>Responsiveness</i> | 0,663           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ10      | <-- | <i>Assurance</i>      | 0,704           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ11      | <-- | <i>Assurance</i>      | 0,676           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ12      | <-- | <i>Assurance</i>      | 0,614           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ13      | <-- | <i>Emphaty</i>        | 0,787           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ14      | <-- | <i>Emphaty</i>        | 0,707           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ15      | <-- | <i>Emphaty</i>        | 0,708           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| SQ16      | <-- | <i>Emphaty</i>        | 0,590           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |

Keterangan: SQ: *Service Quality*

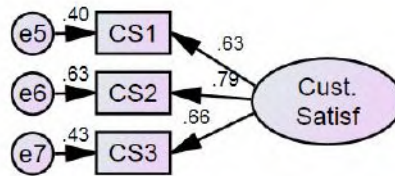


Gambar 4.14 CFA Variabel *Service Quality*

Berdasarkan Gambar 4.14 dan Tabel 4.4, diketahui bahwa 16 indikator dan 5 atribut yang digunakan untuk mengukur variabel *service quality* memiliki nilai p yang signifikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa semua indikator signifikan digunakan untuk mengukur variabel *service quality*.

#### 4.3.3.3 Uji Validitas Variabel *Customer Satisfaction*

Pada variabel *customer satisfaction*, dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator. Hasil *confirmatory factor analysis* pada variabel *customer satisfaction* ditunjukkan pada Tabel 4.5.



Gambar 4.15 CFA Variabel *Customer Satisfaction*

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel *Customer Satisfaction*

| Indikator |      | Variabel | <i>Estimate</i> | P     | Label                |
|-----------|------|----------|-----------------|-------|----------------------|
| CS1       | <--- | CS       | 0,655           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| CS2       | <--- | CS       | 0,794           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| CS3       | <--- | CS       | 0,629           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |

Keterangan: CS: *Customer Satisfaction*

Berdasarkan Gambar 4.15 dan hasil output yang ditunjukkan pada Tabel 4.5 diketahui bahwa ketiga indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *customer satisfaction* memiliki nilai p kurang dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator signifikan untuk mengukur variabel *customer satisfaction*.

#### 4.3.3.4 Uji Validitas Variabel *Customer Loyalty*

Pada variabel *customer loyalty*, penelitian menggunakan lima indikator untuk mengukur variabel tersebut. Hasil *confirmatory factor analysis* pada variabel *customer loyalty* ditunjukkan pada Tabel 4.6.

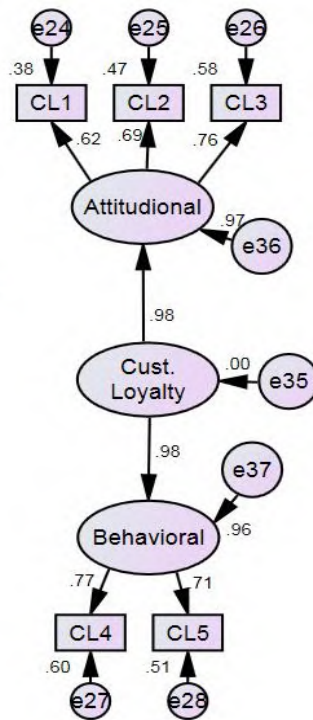
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel *Customer Loyalty*

| Indikator |      | Variabel           | <i>Estimate</i> | P     | Label                |
|-----------|------|--------------------|-----------------|-------|----------------------|
| CL1       | <--- | <i>Attitudinal</i> | 0,619           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| CL2       | <--- | <i>Attitudinal</i> | 0,686           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| CL3       | <--- | <i>Attitudinal</i> | 0,759           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| CL4       | <--- | <i>Behavioral</i>  | 0,772           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |
| CL5       | <--- | <i>Behavioral</i>  | 0,712           | 0,000 | P < 0,05, signifikan |

Keterangan: CL: *Customer Loyalty*

Berdasarkan Gambar 4.16 dan hasil output yang ditunjukkan pada Tabel 4.6, diketahui bahwa kelima indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *customer loyalty* memiliki nilai p yang signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator tersebut signifikan untuk digunakan dalam pengukuran variabel *customer loyalty*.





Gambar 4.16 CFA Variabel *Customer Loyalty*

#### 4.3.3.5 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Setiap konstruk dapat dievaluasi terpisah dengan menilai *construct reliability* dan *variance extracted*. Nilai *construct reliability* diperoleh dari kuadrat dari jumlah *standard loading* dibagi dengan kuadrat dari jumlah *standard loading* yang ditambahkan dengan jumlah *error*. Sedangkan jumlah *variance extracted* diperoleh dari jumlah dari kuadrat *standard loading* dibagi dengan jumlah dari kuadrat *standard loading* yang ditambahkan dengan jumlah *error*. Nilai *construct reliability* dan *variance extracted* yang direkomendasikan masing-masing adalah diatas 0,70 dan 0,50 (Murhadi, 2011).

Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan, yang disajikan pada Tabel 4.7 berikut:

### Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas

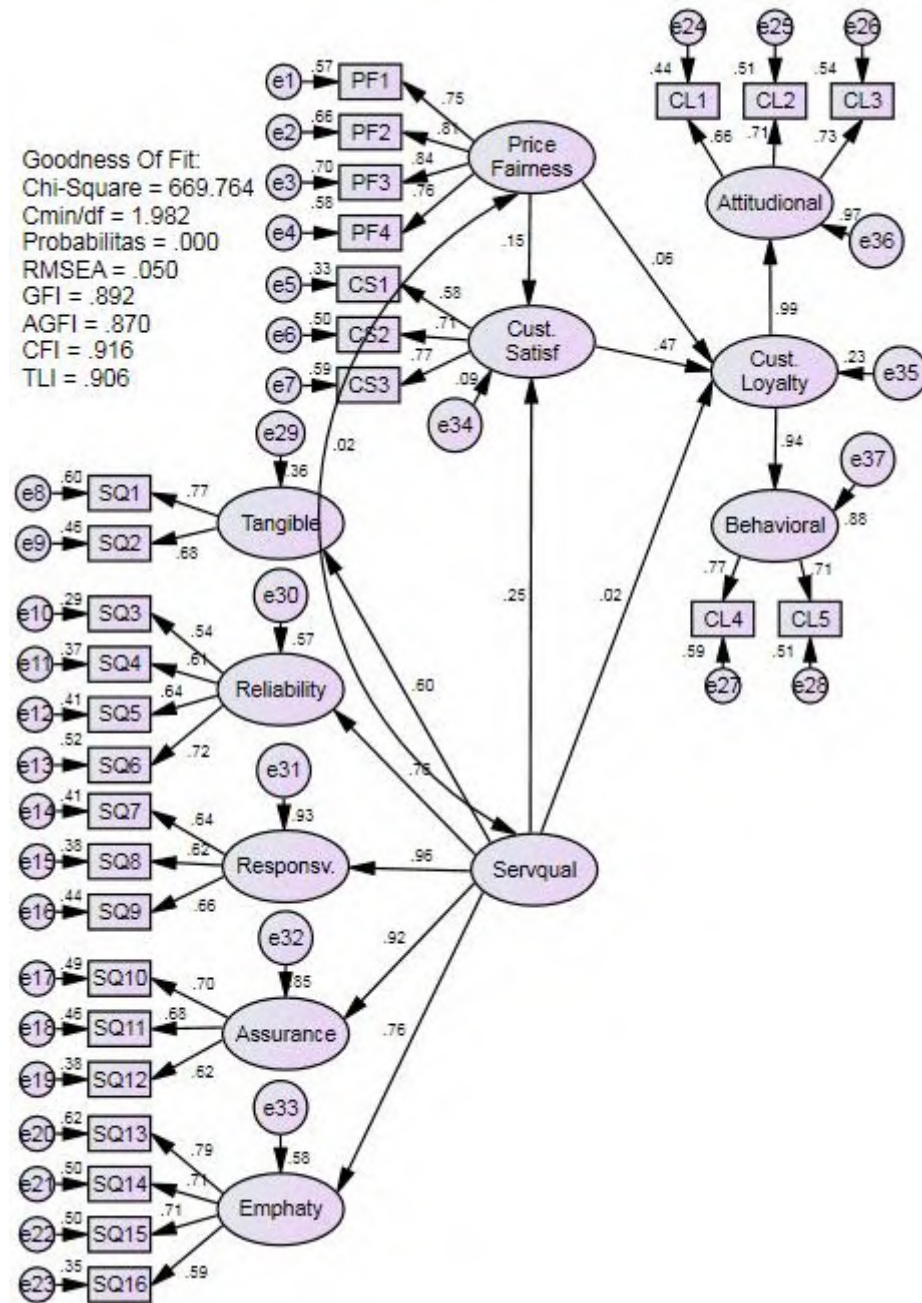
| Variabel                     | Atribut               | Indikator | <i>SFL</i> | SFL Kuadrat | <i>Error</i> | <i>Construct Reliability</i> | <i>Variance Extracted</i> |
|------------------------------|-----------------------|-----------|------------|-------------|--------------|------------------------------|---------------------------|
| <i>Price Fairness</i>        | -                     | PF1       | 0,754      | 0,569       | 0,431        | 0,870                        | 0,626                     |
|                              |                       | PF2       | 0,810      | 0,656       | 0,344        |                              |                           |
|                              |                       | PF3       | 0,834      | 0,696       | 0,304        |                              |                           |
|                              |                       | PF4       | 0,764      | 0,584       | 0,416        |                              |                           |
| <i>Service Quality</i>       | <i>Tangible</i>       | SQ1       | 0,773      | 0,598       | 0,402        | 0,694                        | 0,532                     |
|                              |                       | SQ2       | 0,683      | 0,466       | 0,534        |                              |                           |
|                              | <i>Reliability</i>    | SQ3       | 0,535      | 0,286       | 0,714        | 0,722                        | 0,397                     |
|                              |                       | SQ4       | 0,607      | 0,368       | 0,632        |                              |                           |
|                              |                       | SQ5       | 0,639      | 0,408       | 0,592        |                              |                           |
|                              |                       | SQ6       | 0,724      | 0,524       | 0,476        |                              |                           |
|                              | <i>Responsiveness</i> | SQ7       | 0,639      | 0,408       | 0,592        | 0,676                        | 0,410                     |
|                              |                       | SQ8       | 0,618      | 0,382       | 0,618        |                              |                           |
|                              |                       | SQ9       | 0,663      | 0,440       | 0,560        |                              |                           |
|                              | <i>Assurance</i>      | SQ10      | 0,704      | 0,496       | 0,504        | 0,704                        | 0,443                     |
|                              |                       | SQ11      | 0,676      | 0,457       | 0,543        |                              |                           |
|                              |                       | SQ12      | 0,614      | 0,377       | 0,623        |                              |                           |
|                              | <i>Emphaty</i>        | SQ13      | 0,787      | 0,619       | 0,381        | 0,793                        | 0,492                     |
|                              |                       | SQ14      | 0,707      | 0,500       | 0,500        |                              |                           |
|                              |                       | SQ15      | 0,708      | 0,501       | 0,499        |                              |                           |
|                              |                       | SQ16      | 0,590      | 0,348       | 0,652        |                              |                           |
| <i>Customer Satisfaction</i> | -                     | CS1       | 0,629      | 0,396       | 0,604        | 0,736                        | 0,485                     |
|                              |                       | CS2       | 0,794      | 0,630       | 0,370        |                              |                           |
|                              |                       | CS3       | 0,655      | 0,429       | 0,571        |                              |                           |
| <i>Customer Loyalty</i>      | <i>Attitudinal</i>    | CL1       | 0,619      | 0,383       | 0,617        | 0,731                        | 0,477                     |
|                              |                       | CL2       | 0,686      | 0,471       | 0,529        |                              |                           |
|                              |                       | CL3       | 0,759      | 0,576       | 0,424        |                              |                           |
|                              | <i>Behavioral</i>     | CL4       | 0,772      | 0,596       | 0,404        | 0,711                        | 0,551                     |
|                              |                       | CL5       | 0,712      | 0,507       | 0,493        |                              |                           |

Keterangan: PF: *Price Fairness* SQ: *Service Quality*  
 CS: *Customer Satisfaction* CL: *Customer Loyalty*  
 SFL: *Standardized factor loading*

Hasil pengujian reliabilitas yang ditunjukkan Tabel 4.7 menunjukkan hasil yang cukup reliabel karena nilai *construct reliability* seluruhnya  $\geq 0,70$  tetapi dengan nilai *variance extracted* yang berada di bawah rekomendasi pada beberapa variabel terutama variabel *service quality*.

#### 4.3.4 Structural Equation Modelling

##### 4.3.4.1 Uji Fit Model



Gambar 4.17 Model SEM

Berdasarkan model persamaan struktural yang ditunjukkan pada Gambar 4.17, diperoleh evaluasi kriteria *goodness of fit* seperti dalam Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 Hasil *Goodness of Fit*

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut off value</i> | Hasil | Evaluasi Model      |
|------------------------------|----------------------|-------|---------------------|
| CMIN/DF                      | $\leq 2,00$          | 1,982 | <i>Good Fit</i>     |
| <i>Probability</i>           | $\geq 0,05$          | 0,000 | <i>Marginal Fit</i> |
| GFI                          | $\geq 0,90$          | 0,892 | <i>Marginal Fit</i> |
| RMSEA                        | 0,05 – 0,08          | 0,050 | <i>Good Fit</i>     |
| AGFI                         | $\geq 0,90$          | 0,870 | <i>Marginal Fit</i> |
| TLI                          | $\geq 0,95$          | 0,906 | <i>Marginal Fit</i> |
| CFI                          | $> 0,95$             | 0,916 | <i>Marginal Fit</i> |

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa terdapat lima kriteria yang belum memenuhi *cut off value* yaitu, *Probability*, GFI, AGFI, TLI dan CFI sedangkan terdapat dua kriteria yang sudah memenuhi *cut of value* yaitu *RMSEA* dan *CMIN/DF*. Hal ini menjelaskan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan tingkat pendugaan yang diharapkan. Seperti yang telah dijelaskan oleh Solimun dalam Aryani dan Rosinta (2010), bahwa apabila terdapat satu atau lebih parameter yang telah fit, maka model dapat dinyatakan fit.

#### 4.3.4.2 Uji Hipotesis

Selanjutnya adalah melakukan pengujian kausalitas yang didasarkan pada besaran koefisien regresi masing-masing variabel yang ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Uji Signifikansi Parameter

| Hubungan           | <i>Standardized Regression Weights</i> | <i>Estimate</i> | S.E   | <i>P-value</i> | Keterangan       |
|--------------------|--|-----------------|-------|----------------|------------------|
| <i>CS &lt;- PF</i> | 0,151                                  | 0,106           | 0,044 | 0,015          | Signifikan       |
| <i>CS &lt;- SQ</i> | 0,247                                  | 0,095           | 0,025 | 0,000          | Signifikan       |
| <i>CL &lt;- CS</i> | 0,466                                  | 1,389           | 0,318 | 0,000          | Signifikan       |
| <i>CL &lt;- PF</i> | 0,057                                  | 0,120           | 0,118 | 0,310          | Tidak Signifikan |
| <i>CL &lt;- SQ</i> | 0,022                                  | 0,025           | 0,069 | 0,719          | Tidak Signifikan |

Berdasarkan hasil pengujian kausalitas yang ditunjukkan pada Tabel 4.9, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini dikarenakan nilai *standardized regression weights* yang ditunjukkan bernilai positif, yakni sebesar 0,151 dengan probabilitas sebesar

0,015. Hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima.

2. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini dikarenakan nilai *standardized regression weights* yang ditunjukkan bernilai positif, yakni sebesar 0,247 dengan *probability* sebesar 0,000. Hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima.
3. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini dikarenakan nilai *standardized regression weights* yang ditunjukkan bernilai positif, yakni sebesar 0,466 dengan *probability* sebesar 0,000. Hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan pada penelitian ini diterima.
4. *Price fairness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini dikarenakan nilai *standardized regression weights* yang ditunjukkan bernilai positif, yakni sebesar 0,057 dengan *probability* sebesar 0,310. Hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis keempat yang diajukan pada penelitian ini ditolak.
5. *Service quality* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini dikarenakan nilai *standardized regression weights* yang ditunjukkan bernilai positif, yakni sebesar 0,022 dengan *probability* sebesar 0,719. Hasil ini menjelaskan bahwa hipotesis kelima yang diajukan pada penelitian ini ditolak.

**( Halaman ini sengaja dikosongkan)**

## BAB 5

### ANALISIS DAN DISKUSI

#### 5.1 Analisis Structural Equation Modelling

Pada tahap ini akan dibahas mengenai analisis pada tiap-tiap variabel penelitian dan hasil dari pengolahan SEM

##### 5.1.1 Analisis SEM Variabel *Price Fairness*

Berikut merupakan analisis mengenai signifikansi yang diberikan masing-masing indikator *price fairness* terhadap variabel *price fairness* di dalam model persamaan yang digunakan:

Tabel 5.1 Signifikansi Indikator *Price Fairness*

| Atribut            | Indikator |  | Estimasi | Rank |
|--------------------|-----------|--|----------|------|
| <i>Non atribut</i> | PF1       | Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan.             | 0,754    | 4    |
|                    | PF2       | Kesesuaian harga dibandingkan harga kompetitor.              | 0,810    | 2    |
|                    | PF3       | Kewajaran kebijakan-kebijakan yang diberikan mengenai harga. | 0,834    | 1    |
|                    | PF4       | Etika mengenai harga.  | 0,764    | 3    |

Berdasarkan Tabel 5.1, dapat dilihat bahwa indikator yang paling mempengaruhi kewajaran harga adalah kebijakan-kebijakan mengenai harga yang diberikan Go-Ride kepada konsumennya (PF3). Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa bahwa kebijakan harga yang diberikan Go-Ride misalnya seperti pemberlakuan harga promo, pemberian diskon pada hari-hari spesial, pemberlakuan perbedaan tarif antara jam biasa dengan *rush hour* dan hal-hal semacamnya yang dilakukan Go-Ride memberikan dampak yang paling signifikan terhadap persepsi mereka mengenai kewajaran harga layanan ini. Lalu kesesuaian harga dibandingkan dengan harga kompetitor (PF2) juga memberikan tingkat signifikansi yang terbilang besar, sehingga dapat dikatakan bahwa harga yang kompetitif merupakan salah satu faktor penting bagi Go-Ride dalam menciptakan persepsi yang positif mengenai kewajaran harga.

### 5.1.2 Analisis SEM Variabel *Service Quality*

Selanjutnya merupakan pembahasan mengenai pengaruh indikator-indikator *service quality* terhadap atribut beserta variabel *service quality* pada model persamaan struktural yang digunakan. Berikut adalah tabel signifikansinya:

Tabel 5.2 Signifikansi Indikator *Service Quality*

| Atribut               | Indikator |   | Estimasi | Rank |
|-----------------------|-----------|---|----------|------|
| <i>Tangibles</i>      | SQ1       | Kodisi kelengkapan dan kendaraan .                            | 0,773    | 1    |
|                       | SQ2       | Kondisi kerapihan, kebersihan dan kesehatan <i>driver</i> .   | 0,683    | 2    |
| <i>Reliability</i>    | SQ3       | Kesesuain layanan dengan pesanan.                             | 0,535    | 4    |
|                       | SQ4       | Sikap antusiasme dalam melayaani.                             | 0,607    | 3    |
|                       | SQ5       | Keamampuan dan keandalan dalam berkendara                     | 0,639    | 2    |
|                       | SQ6       | Ketepatan waktu <i>driver</i> .                               | 0,724    | 1    |
| <i>Responsiveness</i> | SQ7       | Kecepatan respon <i>driver</i> .                              | 0,639    | 2    |
|                       | SQ8       | Ketanggapan dan inisiatif dalam memberikan bantuan.           | 0,618    | 3    |
|                       | SQ9       | Kesiapan dalam memberikan bantuan/ tidak sibuk sendiri.       | 0,663    | 1    |
| <i>Assurance</i>      | SQ10      | Kemampuan untuk dipercaya.                                    | 0,704    | 1    |
|                       | SQ11      | Kemampuan memberikan rasa aman.                               | 0,676    | 3    |
|                       | SQ12      | Keramahan dan kesopanan <i>driver</i>                         | 0,614    | 2    |
| <i>Emphaty</i>        | SQ13      | Perhatian perusahaan terhadap kepentingan konsumen .          | 0,787    | 1    |
|                       | SQ14      | Kemampuan <i>driver</i> memberikan perhatian secara individu. | 0,707    | 3    |
|                       | SQ15      | Kemampuan <i>driver</i> memahami kebutuhan khusus.            | 0,708    | 2    |
|                       | SQ16      | Kesedian <i>driver</i> berinteraksi dan mendengarkan keluhan. | 0,590    | 4    |

Berdasarkan Tabel 5.2, berikut adalah penjelasan dan analisis yang dapat dilakukan:

- Pada atribut *tangibles*, di antara kondisi kelengkapan dan kendaraan (SQ1) dengan kondisi kerapihan, kebersihan, kesehatan *driver* (SQ2) keduanya memiliki pengaruh yang relatif tinggi. Namun, indikator yang memiliki pengaruh lebih signifikan adalah kondisi kerapihan, kebersihan dan kesehatan *driver* saat melayani pelanggan. Dengan kata lain, pelanggan di wilayah Surabaya lebih memperhatikan kualitas *performance* dari *driver* daripada



kualitas dari kelengkapan atau peralatan dan kendaraan yang digunakan *driver* tersebut. Penampilan *driver* yang rapi, bersih, dan wangi akan memberikan pengaruh tetapi penggunaan jaket, pemberian masker dan penutup kepala kepada konsumen, serta penggunaan helm dan motor yang terstandarisasi akan lebih besar pengaruhnya bagi penilaian kualitas layanan Go-Ride.

- b. Pada atribut *reliability*, indikator yang paling berpengaruh signifikan adalah ketepatan waktu (SQ6). Kemudian indikator yang memiliki pengaruh signifikan berikutnya adalah kemampuan *driver* dalam berkendara (SQ5). Mengingat bahwa sebagian besar pengguna layanan Go-Ride di Surabaya menggunakan layanan ini sebagai transportasi darurat, maka kecepatan dan ketepatan waktu merupakan salah satu faktor krusial dan keandalan *driver* dalam berkendara juga perlu diperhatikan, karena hal tersebut berkaitan dengan kecepatan dalam mencapai lokasi tujuan.
- c. Pada atribut *responsiveness*, kesiapan *driver* dalam memberikan bantuan atau layanan kepada pelanggan (SQ9) memiliki pengaruh yang paling besar. Hal ini membuktikan bahwa *driver* yang sibuk sendiri saat melayani pelanggan akan menurunkan nilai kualitas layanan secara signifikan sehingga diharapkan agar *driver* Go-Ride sebaiknya selalu berfokus kepada layanan yang sedang dikerjakannya. Di sisi lain, juga terdapat signifikansi pada pengaruh kecepatan *driver* dalam merespon permintaan (SQ7) terhadap atribut *responsiveness* dan ketanggapan atau inisiatif *driver* dalam memberikan bantuan (SQ8) terhadap atribut *responsiveness*. Dengan kata lain Go-Ride perlu untuk memperhatikan sumber daya manusianya terutama para *driver* yang disediakan agar lebih tanggap dan cepat dalam merespon permintaan pelanggannya.
- d. Pada atribut *assurance*, ketiga indikator yang digunakan memiliki tingkat signifikansi yang relatif seimbang. Dengan demikian, untuk meningkatkan nilai *assurance* pada kualitas layanan yang diberikan, penting bagi Go-Ride untuk memperhatikan ketiga indikator tersebut secara bersamaan dengan cara menyediakan para *driver* berkualitas yang dapat dipercaya, ramah dan sopan, serta mampu memberikan rasa aman bagi pelanggannya.

- e. Pada atribut *emphaty*, indikator yang paling berpengaruh signifikan adalah perhatian yang diberikan perusahaan terhadap kepentingan konsumen (SQ13). Hal tersebut memiliki arti bahwa *emphaty* yang paling besar bukan dipengaruhi secara langsung dari *driver* sebagai *frontliner* layanan Go-Ride, melainkan berasal dari manajemen perusahaan Go-Ride sendiri. Berdasarkan hal tersebut, Go-Ride diharapkan untuk tetap memperhatikan kepentingan atau kebutuhan konsumennya melalui program-program pelayanannya. Selain itu Go-Ride dirasa perlu untuk meningkatkan peran *driver* dalam menciptakan *emphaty*, terutama dalam memberikan perhatian kepada pelanggan secara individu, memahami kebutuhan khusus pelanggan dan kesediaannya untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis signifikansi indikator terhadap atribut pada variabel *service quality*, dapat dilakukan analisis mengenai pengaruh dari masing-masing atribut terhadap variabel *service quality*. Berikut ini merupakan pemaparannya:

Tabel 5.3 Pengaruh Atribut terhadap Variabel *Service Quality*

| <i>Variable</i>        | <i>Atribute</i>       | <i>Result</i> | <i>Rank</i> |
|------------------------|-----------------------|---------------|-------------|
| <i>Service Quality</i> | <i>Tangibles</i>      | 0,597         | 5           |
|                        | <i>Reliability</i>    | 0,759         | 3           |
|                        | <i>Responsiveness</i> | 0,972         | 1           |
|                        | <i>Assurance</i>      | 0,914         | 2           |
|                        | <i>Emphaty</i>        | 0,754         | 4           |

Dalam Tabel 5.3, dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki pengaruh paling besar pada variabel *service quality* adalah *responsiveness*. Sehingga dapat dikatakan bahwa *driver-driver* yang memiliki kecepatan dalam merespon, tanggap, inisiatif dan selalu siap memberikan bantuan merupakan indikator-indikator yang berpengaruh kuat dalam membentuk kualitas layanan pada layanan Go-Ride di Surabaya. Sebaliknya, atribut *tangibles* memberikan pengaruh yang lebih kecil terhadap *service quality* dibandingkan dengan atribut-atribut yang lain menunjukkan bahwa keberadaan fisik dari layanan Go-Ride baik berupa kelengkapan kendaraan maupun kondisi *driver* bukanlah faktor dominan dalam pembentukan nilai kualitas layanan pada layanan Go-Ride di Surabaya.

### 5.1.3 Analisis SEM Variabel Customer Satisfaction

Selanjutnya ialah pembahasan mengenai pengaruh indikator-indikator *customer satisfaction* terhadap variabel *customer satisfaction* pada model persamaan struktural yang digunakan. Berikut adalah tabel signifikansinya:

Tabel 5.4 Signifikansi Indikator *Customer Satisfaction*

| Atribut            | Indikator |  | Estimasi | Rank |
|--------------------|-----------|--|----------|------|
| <i>Non atribut</i> | CS1       | Kesesuaian harapan dengan kenyataan.                 | 0,629    | 3    |
|                    | CS2       | Kepuasan terhadap kinerja aplikasi & <i>driver</i> . | 0,794    | 1    |
|                    | CS3       | Kepuasan terhadap keseluruhan layanan .              | 0,655    | 2    |

Berdasarkan Tabel 5.4, diketahui bahwa indikator yang memiliki pengaruh paling signifikan pada *customer satisfaction* adalah kepuasan terhadap kinerja baik kinerja *driver* maupun kinerja aplikasi (CS1). Hal ini mengindikasikan bahwa, ketika kinerja *driver* dalam melayani pelanggan dinilai baik maka nilai *customer satisfaction* yang dihasilkan akan lebih tinggi daripada saat memenuhi kepuasan secara keseluruhan ataupun saat berhasil memenuhi ekspektasi dari pelanggan.

### 5.1.4 Analisis SEM Variabel Customer Loyalty

Berikut merupakan pembahasan mengenai pengaruh indikator-indikator terhadap variabel *customer loyalty* pada model persamaan struktural yang digunakan:

Tabel 5.5 Signifikansi Indikator *Customer Loyalty*

| Atribut                    | Indikator |  | Estimasi | Rank |
|----------------------------|-----------|--|----------|------|
| <i>Attitudinal Loyalty</i> | CL1       | Kesukaan terhadap <i>brand</i> Go-Ride.                        | 0,619    | 3    |
|                            | CL2       | Kecenderungan untuk tidak berhenti menggunakan layanan.        | 0,686    | 2    |
|                            | CL3       | Kecenderungan untuk tidak berpaling ke layanan serupa lainnya. | 0,759    | 1    |
| <i>Behavioral Loyalty</i>  | CL4       | Keinginan untuk menggunakan layanan kembali.                   | 0,772    | 1    |
|                            | CL5       | Keinginan untuk merekomendasikan layanan ke orang lain.        | 0,712    | 2    |

Berdasarkan Tabel 5.5, berikut penjelasan dan analisis yang dapat dilakukan:

- a. Pada atribut *attitudinal loyalty*, indikator yang memiliki nilai paling signifikan dalam mempengaruhi atribut tersebut adalah kecenderungan untuk tidak berpaling ke penyedia layanan serupa lainnya (CL3). Dengan kata lain, ketidakinginan pelanggan untuk berpaling ke layanan ojek lainnya memberikan kontribusi yang lebih besar bagi nilai *attitudinal loyalty* dibandingkan tingkat kesukaan terhadap brand Go-Ride dan ketidakinginan untuk berhenti menggunakan layanan tersebut.
- b. Pada atribut *behavioral loyalty*, indikator keinginan untuk menggunakan kembali layanan Go-Ride (CL4) memberikan pengaruh yang jauh lebih signifikan jika dibandingkan dengan indikator keinginan untuk merekomendasikan layanan ke orang lain (CL5). Hal tersebut menandakan bahwa tingkat loyalitas perilaku pelanggan dapat dikatakan lebih tinggi apabila pelanggan tersebut memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang layanan tersebut daripada hanya dengan merekomendasikan layanan tersebut ke orang lain di sekitarnya.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh indikator terhadap atribut sebelumnya, dapat dilakukan analisis pengaruh dari atribut terhadap variabel *customer loyalty*. Tabel 5.6 berikut ini merupakan pemaparannya:

Tabel 5.6 Pengaruh Atribut terhadap Variabel *Customer Loyalty*

| <i>Variable</i>         | <i>Attribute</i>           | <i>Result</i> | <i>Rank</i> |
|-------------------------|----------------------------|---------------|-------------|
| <i>Customer Loyalty</i> | <i>Attitudinal Loyalty</i> | 0,984         | 1           |
|                         | <i>Behavioral Loyalty</i>  | 0,978         | 2           |

Berdasarkan Tabel 5.6, dapat disimpulkan bahwa kedua atribut yang digunakan dalam pengukuran variabel *customer loyalty* yaitu *attitudinal loyalty* dan *behavioral loyalty* memiliki tingkat pengaruh signifikan yang seimbang. Dengan kata lain, loyalitas sikap dan loyalitas perilaku masing-masing perlu untuk didapatkan secara seimbang karena keduanya memberikan pengaruh yang sama terhadap loyalitas pelanggan Go-Ride di Surabaya.

## 5.2 Analisis Uji Hipotesis

### 5.2.1 Pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Satisfaction*

$H_1$  : *Price fairness* berpengaruh positif signifikan pada *customer satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengujian kausalitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa *price fairness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai *estimate standardized regression weights* sebesar 0,151 dan *probability* sebesar 0,015. Hasil ini menjelaskan bahwa persepsi pelanggan terhadap kewajaran harga pada layanan Go-Ride di Surabaya memberikan pengaruh yang signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan karena didapatkan nilai *probability* kausal yang memenuhi asumsi batas signifikansi sebesar  $<0,05$ . Dengan kata lain, semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan manfaat dirasakan oleh pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan. Begitupun sebaliknya, apabila pelanggan merasa bahwa harga layanan ojek yang ditawarkan oleh aplikasi Go-Ride tidak sebanding dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa kurang puas. Karakteristik responden pelanggan Go-Ride yang mayoritas berasal dari kalangan menengah dan menengah ke bawah dengan pengeluaran bulanan yang kurang dari 5 juta perbulan cukup menggambarkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Go-Ride sudah terbilang wajar dan dapat diterima oleh semua kalangan. Kemudian, etika harga dan kebijakan-kebijakan harga yang diberlakukan oleh Go-Ride dirasa sudah memuaskan karena Go-Ride selalu menampilkan pemberitahuan mengenai informasi-informasi terbaru terkait harga di dalam menu awal aplikasi termasuk pemberitahuan diskon dan perubahan skema tarif. Karena pengaruhnya yang signifikan, perlu dipertimbangkan oleh Go-Ride supaya menjaga harga agar tetap pada kisaran harga yang wajar. Oleh sebab itu, diperlukan survey atau pemantauan secara rutin mengenai tingkat kepuasan dan tingkat kewajaran harga yang ditawarkan Go-Ride kepada konsumennya. Selain itu perusahaan juga harus memastikan bahwa segala informasi mengenai promo, diskon dan perubahan harga layanan dapat tersampaikan kepada seluruh pelanggannya dapat tersampaikan secara menyeluruh karena indikator tersebut memberikan kontribusi pengaruh yang paling besar bagi persepsi atas kewajaran harga layanan ini.

Hasil penelitian ini memiliki kesesuaian dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Consuegra *et al* (2007) dan Tuan (2012) yang menyatakan bahwa kewajaran harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin positif persepsi konsumen terhadap kewajaran harga yang diberikan perusahaan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga mengalami peningkatan.

### **5.2.2 Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction***

H<sub>2</sub> : *Service quality* berpengaruh positif signifikan pada *customer satisfaction*.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya mengenai pengujian kausalitas, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *service quality* terhadap *customer satisfaction* dengan nilai *estimate standardized regression weights* sebesar 0,247 dan *probability* sebesar 0,000. Hasil ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan oleh Go-Ride memiliki pengaruh kuat bagi tercapainya kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, apabila pihak Go-Ride melakukan perbaikan atau peningkatan kualitas pelayanannya, maka tingkat kepuasan pelanggan terhadap Go-Ride juga akan semakin tinggi. Aspek *tangibles* berupa perlengkapan dan kendaraan yang digunakan, *reliability* yang berupa keandalan dan ketepatan waktu dalam melayani, *responsiveness* berupa ketanggapan dan kesigapan melayani, *assurance* yang berupa keamanan dan kepercayaan dari pelanggan, serta *emphaty* yang berupa kepedulian perusahaan terhadap konsumen dapat dikatakan telah memuaskan responden pelanggan Go-Ride Surabaya. Oleh karena pengaruh signifikan yang diberikan, Go-Ride perlu untuk tetap memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanannya. *Driver* yang notabene merupakan *frontliner* dari perusahaan dalam menyampaikan layanan memiliki peran terbesar dalam membentuk kualitas layanan. Pemantauan secara rutin kepada para *driver* dan survey konsumen mengenai kepuasan dan kualitas layanan yang diberikan meliputi dimensi *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* wajib untuk dilakukan secara berkala untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan yang selama ini diberikan *driver* Go-Ride,.

Hasil penelitian ini didukung oleh Batubara *et al* (2014) yang menerangkan bahwa perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan

memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan mengurangi pengalaman yang tidak menyenangkan selama menggunakan layanan tersebut. Dalam penelitiannya, Aryani dan Rosinta (2010) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sehingga kualitas pelayanan merupakan kewajiban bagi perusahaan tidak terkecuali perusahaan jasa maupun manufaktur.

### **5.2.3 Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty***

H<sub>3</sub> : *Customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan pada *customer loyalty*.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* dengan nilai *estimate standardized regression weights* sebesar 0,466 dan *probability* sebesar 0,000. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Go-Ride maka pelanggan akan memiliki kecenderungan untuk semakin loyal dengan layanan Go-Ride. Kepuasan terhadap kinerja *driver* maupun aplikasi yang disediakan pihak Go-Ride dan kesesuaian harapan konsumen dengan layanan yang diterima terbukti mempengaruhi konsumen untuk memberikan persepsi positif dan menyukai brand Go-Ride bahkan sampai pada melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan. Begitupun sebaliknya, apabila pelanggan merasa tidak puas dengan kinerja dan pengalaman pelayanan yang diberikan oleh Go-Ride maka pelanggan dapat berpaling ke layanan penyedia transportasi yang lain dan tidak merekomendasikan layanan ini kepada orang disekitarnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler (2005) yang menjelaskan bahwa sekitar 95% konsumen yang tidak merasa puas memilih untuk tidak mengadakan komplain, tetapi sebagian besar hanya cukup dengan menghentikan pembeliannya

Hasil penelitian ini mendukung pendapat yang dijelaskan oleh Dib dan Msallam (2015) bahwa ketika konsumen merasa puas dengan sebuah layanan atau produk, maka akan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang terdekat dan memiliki kecenderungan untuk mengulang pembelian. Hal ini juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan (Bowen dan Chen, 2001).

#### 5.2.4 Pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Loyalty*

H<sub>4</sub> : *Price fairness* berpengaruh positif signifikan pada *customer loyalty*.

Hasil yang berbeda ditunjukkan pada pengaruh *price fairness* terhadap *customer loyalty*. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa keempat indikator yang mewakili variabel persepsi kewajaran harga secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan Go-Ride di Surabaya dengan nilai *probability* sebesar 0,310 dan *estimate standardized regression weights* sebesar 0,057. Hasil ini menjelaskan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan, harga yang sebanding dengan kompetitor, kebijakan-kebijakan mengenai harga dan etika harga pada layanan Go-Ride di Surabaya tidak dapat menjadi acuan bahwa perilaku tersebut secara langsung dapat meningkatkan atau mengurangi tingkat loyalitas bagi pengguna layanan Go-Ride di Surabaya. Namun demikian, sesuai dengan hasil pada penelitian ini pada bagian sebelumnya yang menyatakan bahwa *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan kepada *customer satisfaction* serta *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, maka dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang salah satunya dipengaruhi oleh kewajaran harga. Sehingga dalam hal ini *customer satisfaction* berperan sebagai perantara antara *price fairness* dan *customer loyalty*.

Hasil penelitian ini berseberangan dengan studi empiris yang dilakukan oleh Consuegra et al.(2007) dan juga Bei dan Chiao (2001) yang menyatakan bahwa kewajaran harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian ulang ketika pelanggan merasakan harga dari sebuah layanan yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan Amryyanti et al. (2013) dan Rahyuda & Atmaja (2009) memberikan hasil yang serupa dengan hasil penelitian ini. Pada penelitian yang sama-sama dilakukan terhadap sektor jasa tersebut dinyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *price fairness* dan *customer loyalty*. Di dalam penelitian tersebut, ketidaksignifikanan yang terjadi disebabkan karena tidak sesuainya harga dengan layanan yang diterima apabila dibandingkan dengan layanan dari pesaing. Sama halnya dengan



layanan Go-Ride, meskipun harga yang ditawarkan sudah terbilang wajar tetapi jika kompetitor mampu menawarkan layanan yang lebih dengan harga yang setara, maka kecenderungan untuk menghentikan pembelian ulang dan beralih ke kompetitor akan terjadi.

#### **5.2.5 Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty***

H<sub>5</sub> : *Service quality* berpengaruh positif signifikan pada *customer loyalty*.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* dengan nilai *probability* sebesar 0,719 dan *standardized regression weights* sebesar 0,057. Hasil ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride dalam menunjang kemudahan mengakses layanan ojek, secara langsung tidak dapat dijadikan prediktor pada loyalitas pengguna aplikasi Go-Ride. Bagaimanapun bentuk kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Go-Ride, baik semakin berkualitas ataupun kurang berkualitas, tidak akan berdampak secara langsung pada loyalitas pengguna layanan Go-Ride. Namun seperti pada hubungan antara *price fairness* dengan *customer loyalty*, dapat dikatakan bahwa *customer satisfaction* menjadi perantara bagi *service quality* untuk dapat mempengaruhi *customer loyalty*. Dengan kata lain kualitas layanan yang baik dari Go-Ride akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggannya yang kemudian akan mempengaruhi loyalitas pelanggan Go-Ride di Surabaya tersebut.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan pendapat Siddiqi (2011) yang menjelaskan bahwa semua atribut kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berkaitan langsung dengan loyalitas pelanggan. Namun, hasil yang sama dengan penelitian ini ditunjukkan dalam penelitian Aryani dan Rosinta (2010) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian tersebut ketidaksignifikanan pengaruh yang terjadi disebabkan karena adanya faktor lain yang lebih mempengaruhi loyalitas pelanggan dibandingkan kualitas layanan yaitu harga. Pada layanan Go-Ride, kualitas layanan tidak dapat memberikan pengaruh signifikan secara langsung dalam menentukan loyal atau tidaknya pelanggan karena terdapat faktor lain yang turut mempengaruhi. Mengingat bahwa mayoritas responden merupakan kalangan menengah dan

menengah ke bawah serta berusia muda, harga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh. Apabila Go-Ride memberikan kualitas layanan yang sangat baik tetapi menawarkan harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan pesaing, maka pelanggan dengan karakteristik tersebut akan cenderung memilih untuk beralih atau mencari layanan alternatif yang lebih murah.

### **5.2.6     *Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediator antara Price Fairness dan Service Quality dengan Customer Loyalty***

$H_6$  : *Customer satisfaction* menjadi variabel mediator antara *price fairness* dan *service quality* dengan *customer loyalty*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa *price fairness* dan *service quality* mempengaruhi *customer satisfaction* secara signifikan. Namun kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa untuk membentuk loyalitas pelanggan dari kewajaran harga dan kualitas layanan, diperlukan peran kepuasan pelanggan untuk memediasi pengaruh yang diberikan. Dengan kata lain semakin tinggi *customer satisfaction* yang diperoleh dari *price fairness* dan *service quality*, maka semakin tinggi tingkat *customer loyalty*. Sehingga dapat dikatakan secara tidak langsung *price fairness* dan *service quality* mempengaruhi *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Oleh sebab itu, Go-Ride perlu untuk tetap memperhatikan kualitas layanan dan kewajaran harganya meskipun secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, akan tetapi hal tersebut mempengaruhi kepuasan yang kemudian bisa berdampak signifikan pada loyalitas pelanggan Go-Ride.

### **5.3     Rumusan Strategi**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis pada bab dan sub bab sebelumnya, dapat dirumuskan beberapa strategi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan *customer loyalty*. *Customer loyalty* diketahui dapat diperoleh melalui *customer satisfaction* yang dibentuk oleh *price fairness* dan *service quality* pada layanan Go-Ride di Surabaya. Tabel 5.7 berikut ini merupakan rumusan strategi-strategi yang didapatkan.

Tabel 5.7 Rumusan Strategi Go-Ride

| Faktor                       | Temuan   | Strategi   |
|------------------------------|--|--|
| Demografis                   | Mayoritas pelanggan berusia muda (< 30 tahun)                          | Pemanfaatan <i>social media</i> sebagai alat dalam mengomunkasi jasa kepada pelanggan perlu untuk digencarkan, terutama via Instagram  |
|                              | Mayoritas pelanggan dari kalangan menengah bawah                       | Penetapan skema tarif diusahakan tetap pada tingkat harga yang dapat dijangkau oleh kalangan menengah dan menengah ke bawah.   |
| Perilaku Pengguna            | Mayoritas bertipe penggunaan jarang (< 5 kali perbulan)                | Setiap kali melayani pelanggan, <i>driver</i> harus memberikan pelayanan yang berkesan guna memaksimalkan kepuasan pelanggan.  |
|                              | Mayoritas tipe penggunaan darurat                                      | Ketepatan waktu penjemputan, kecepatan berkendara, dan efisiensi dalam memilih rute yang akan dilalui perlu untuk diperhatikan.  |
|                              | Mayoritas penggunaan pada jam-jam sore                                 | Kebijakan harga <i>rush hour</i> yang saat ini dilakukan perlu dipertahankan karena hal tersebut relatif menguntungkan bagi Go-Ride.   |
| <i>Price Fairness</i>        | PF3 pengaruh terkuat pada PF   | Sebaiknya tetap secara rutin memberikan harga diskon atau promo menarik pada event-event tertentu.   |
|                              | PF2 berpengaruh besar pada PF  | Harga yang ditawarkan diusahakan agar tetap kompetitif dan tidak jauh lebih mahal dibandingkan pesaing.  |
|                              | PF berpengaruh signifikan ke CS tapi tidak ke CL                       | Setiap akan terjadi perubahan harga, harus diberitahukan terlebih dahulu secara luas tidak hanya melalui aplikasi Go-Jek tapi melalui media-media lain juga.                         |
| <i>Service Quality</i>       | SQ13 pengaruh terkuat pada SQ  | Go-Ride sebaiknya secara rutin melakukan riset pasar untuk mengetahui keluhan dan kebutuhan pelanggannya dan juga untuk mengetahui keluhan dan kebutuhan <i>driver-driver</i> nya.   |
|                              | Indikator-indikator atribut <i>tangible</i> kurang berpengaruh pada SQ | Meskipun tampilan fisik memberikan sumbangsih yang kecil terhadap nilai SQ, Penggunaan atribut Go-Ride sebaiknya digencarkan karena dapat dimanfaatkan sebagai media iklan berjalan. |
|                              | Atribut <i>responsiveness</i> pengaruh terkuat SQ                      | Dalam proses rekrutmen <i>driver</i> penetapan standar berdasarkan kesopanan, pengetahuan, dan kredibilitas perlu untuk dilakukan.   |
|                              | SQ berpengaruh signifikan ke CS tapi tidak ke CL                       | Sebagai perusahaan penyedia jasa, yang dijual adalah layanan itu sendiri sehingga setiap <i>driver</i> seharusnya dibekali pengetahuan mengenai dimensi SERVQUAL.                    |
| <i>Customer Satisfaction</i> | CS berpengaruh pada CL   | Kepuasan konsumen dijadikan sebagai prioritas utama dalam pelayanan Go-Ride.   |

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

## Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

### Survey Pelanggan Go-Ride (Gojek) di Surabaya

Perkenalkan saya Dory Indra Cupala mahasiswa Manajemen Riset ITS. Saat ini saya sedang dalam proses pengumpulan skripsi dengan judul "Pengaruh Kewajiban Ijazah dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Layanan Go-Ride (Gojek) di Surabaya". Kuesioner berikut ini saya tuju kepada pelanggan Gojek yang setidaknya pernah menggunakan layanan Go-Ride di wilayah Surabaya dalam kurun waktu 5 bulan terakhir (setika harga promo sudah tidak diberlakukan). Besar harapan saya supaya Anda mengisi kuesioner ini dengan jujur, teliti dan benar. Terima kasih!

\* Required



#### I. Screening Questions

Apakah Anda pernah menggunakan jasa ojek motor (termasuk ojek online) di wilayah Surabaya ? \*

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah Anda pernah menggunakan layanan Go-Ride (Gojek) di wilayah Surabaya ? \*

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah Anda menggunakan layanan Go-Ride tersebut dalam kurun waktu antara Desember 2015 - April 2016 ? \*

☐ Ya

☐ Tidak

**Note:**

\* Apabila semua jawaban Anda adalah "Ya", silakan lanjutkan soal berikutnya.

\* Apabila terdapat jawaban "Tidak", pengisian kuesioner tidak perlu dilanjutkan.

Page 1 of 5

Never submit passwords through Google Forms.

NEXT

### Survey Pelanggan Go-Ride (Gojek) di Surabaya

\* Required

#### II. Profil Responden

**Nama \***

Your answer

**Usia (isi dengan angka saja) \***

Your answer

**Jenis Kelamin \***

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

**Wilayah Tempat Tinggal (Domisili) \***

☐ Surabaya Pusat


☐ Surabaya Timur

☐ Surabaya Barat

☐ Surabaya Selatan

☐ Surabaya Utara

☐ Non Surabaya



**Pendidikan / ijazah terakhir \***

☐ SD/MI

☐ SMP/MTs sederajat

☐ SMA/MA/SMK sederajat

☐ Akademi/Diploma

☐ Sarjana (S-1)

☐ Pasca Sarjana (S-2/S-3)

**Pekerjaan \***

☐ Pegawai Negeri

☐ Pegawai BUMN

☐ Pegawai Swasta

☐ Wiraswasta

☐ Profesional (ex: dokter, atlet, artis, akuntan, dll)

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Rumah Tangga

☐ Other :

**Pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari (perbulan) \***

☐ < Rp 1.000.000,00

☐ Rp 1.000.000,00 - Rp 5.000.000,00

☐ Rp 5.000.001,00 - Rp 10.000.000,00

☐ > 10.000.000,00

Page 2 of 5

Never submit passwords through Google Forms.

BACK NEXT

## Survey Pelanggan Go-Ride (Gojek) di Surabaya

\* Required

### III. Profil Komunitas / Pengguna Go-Ride

Keterangan untuk menjawab :  
(S) = jawaban single (hanya bisa pilih satu)  
(M) = jawaban multiple (bisa pilih lebih dari satu)

Intensitas penggunaan layanan Go-Ride dalam satu bulan (S) \*

- ☐ < 3 kali  
☐ 3 - 5 kali  
☐ 6 - 10 kali  
☐ 10 - 15 kali  
☐ > 15 kali

Hari paling sering untuk menggunakan Go-Ride (S) \*

- ☐ Senin - Jumat (Workweek)  
☐ Sabtu - Minggu (Weekend)  
☐ Setiap Hari  
☐ Tidak Tentu

Waktu paling sering untuk menggunakan Go-Ride (M) \*

- ☐ 05.01 - 10.00 WIB  
☐ 10.01 - 14.00 WIB  
☐ 14.01 - 18.00 WIB  
☐ 18.01 - 23.00 WIB  
☐ 23.01 - 05.00 WIB

Alasan penggunaan layanan Go-Ride (M) \*

- ☐ Sebagai transportasi sehari-hari (gulang pergi ke tempat kerja/sekolah/pasar, dll)  
☐ Sebagai transportasi darurat (hanya saat kendaraan pribadi rusak, saat macet, urgen, dsb)  
☐ Sebagai transportasi satu arah (hanya saat menuju / kembali dari terminal, bandara, stasiun, dsb)  
☐ Other: \_\_\_\_\_

Alasan memilih Go-Ride by Gojek (M) \*

- ☐ Harga yang terjangkau  
☐ Pelayanan yang baik  
☐ Proses pemesanan yang mudah & praktis  
☐ Rekomendasi atau saran orang lain  
☐ Dapat dipesan dari berbagai lokasi  
☐ Mengikuti tren yang ada  
☐ Other: \_\_\_\_\_

Keunggulan layanan Go-Ride menurut Anda (M) \*

- ☐ Harga yang lebih murah  
☐ Kualitas layanan & driver yang lebih terjamin  
☐ Aplikasi mobile yang canggih  
☐ Tampilan yang unik & menarik  
☐ Jangkauan yang luas & mudah ditemukan  
☐ Brand Gojek yang dikenal luas  
☐ Other: \_\_\_\_\_

Page 3 of 5

BACK

NEXT

Never submit passwords through Google Forms.

## Survey Pelanggan Go-Ride (Gojek) di Surabaya

\* Required

### IV. Pertanyaan Penelitian

Keterangan untuk menjawab:

1. Sangat Tidak Setuju  
2. Tidak Setuju  
3. Agak Tidak Setuju  
4. Netral / Ragu-ragu  
5. Agak Setuju  
6. Setuju  
7. Sangat Setuju

#### Kewajaran Harga (Price Fairness)

PF1. Harga yang ditawarkan Go-Ride sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan dan tidak merugikan pelanggan. \*

- 1 2 3 4 5 6 7  
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

PF2. Harga yang ditawarkan Go-Ride dapat diterima dan terbilang wajar jika dibandingkan dengan jasa transportasi serupa lainnya. \*

- 1 2 3 4 5 6 7  
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

PF3. Kebijakan-kebijakan harga yang diberlakukan Go-Ride terbilang wajar dan masuk akal (ex: kebijakan harga promo, diskon, penggunaan Gojek Credit, dsb). \*

- 1 2 3 4 5 6 7  
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

PF4. Gojek memiliki etika harga yang baik (ex: transparansi harga layanan, pemberitahuan saat akan terjadi perubahan tarif, pemberian uang kembali yang sesuai, dsb). \*

- 1 2 3 4 5 6 7  
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

#### Kualitas Layanan (Service Quality)

SQ1. Kendaraan dan kelengkapan yang digunakan driver (motor, helm, jaket) selalu dalam keadaan yang baik saat melayani pelanggan. \*

- 1 2 3 4 5 6 7  
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

SQ2. Kondisi driver selalu sehat, bersih, dan rapi saat melayani pelanggan. \*

- 1 2 3 4 5 6 7  
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Page 4 of 5

BACK

NEXT

Never submit passwords through Google Forms.



## Survey Pelanggan Go-Ride (Gojek) di Surabaya

\* Required

### IV. Pertanyaan Penelitian

Keterangan untuk menjawab:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Agak Tidak Setuju
4. Netral / Ragu-ragu
5. Agak Setuju
6. Setuju
7. Sangat Setuju

#### Kewajaran Harga (Price Fairness)

SQ3. Driver memberikan layanan yang sesuai dengan pesanan (ex: tempat penjemputan & tujuan yang sesuai). \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ4. Driver menunjukkan sikap antusias dalam melayani pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ5. Driver memiliki kemampuan berkendara yang baik dan bisa diandalkan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ6. Driver memberikan pelayanan dengan tepat waktu. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ7. Driver memiliki respon yang cepat dalam melayani pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ8. Driver memiliki inisiatif serta tanggap untuk membantu pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ9. Driver tidak sibuk dengan urusannya sendiri saat melayani pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ10. Driver Go-Ride bisa dipercaya oleh pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ11. Driver mampu memberikan rasa aman sewaktu bertransaksi. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ12. Driver bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Page 4 of 5

BACK

NEXT

Never submit passwords through Google Forms.

## Survey Pelanggan Go-Ride (Gojek) di Surabaya

\* Required

### IV. Pertanyaan Penelitian

Keterangan untuk menjawab:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Agak Tidak Setuju
4. Netral / Ragu-ragu
5. Agak Setuju
6. Setuju
7. Sangat Setuju

#### Kewajaran Harga (Price Fairness)

SQ13. Go-Ride (Gojek) memperhatikan kepentingan para pelanggannya. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ14. Driver memberikan perhatiannya saat melayani pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ15. Driver memahami kebutuhan khusus pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SQ16. Driver bersedia berinteraksi dan mendengarkan keluhan pelanggan. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

CS1. Layanan yang saya dapatkan dari Go-Ride sesuai dengan ekspektasi dan harapan awal saya. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

CS2. Saya merasa puas dengan kinerja dari aplikasi mobile dan driver Go-Ride. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

CS3. Secara keseluruhan Saya merasa puas dengan layanan Go-Ride jika dibandingkan dengan layanan serupa lainnya. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty)

CL1. Saya memiliki persepsi positif dan menyukai brand Go-Ride (Gojek). \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

CL2. Saya tidak berniat untuk berhenti menggunakan layanan Go-Ride. \*

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Page 4 of 5

BACK

NEXT

Never submit passwords through Google Forms.

<sup>a</sup> Required

Keterangan untuk menjawab:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Agak Tidak Setuju
4. Netral / Ragu-ragu
5. Agak Setuju
6. Setuju
7. Sangat Setuju

CL3. Saya tidak tertarik menggunakan layanan ojek atau alternatif transportasi lain selain Go-Ride. \*

[illegible][illegible][illegible]

Your answer

Your answer

An illustration of a person wearing a green helmet and a green and black vest, riding a green scooter. The person is holding a flag with horizontal red and white stripes. The scooter has 'GO-RIDE' written on its side. The background features a stylized city skyline and a blue sky with clouds. Below the illustration is the hashtag #GORAKYAT in a bold, black, sans-serif font.



## Lampiran 2: Rekap Data Penelitian

| No | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |   |
|----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|---|
|    |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |   |
|    | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |   |
| 1  | 4              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 4    | 4    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    | 5 |
| 2  | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 6    | 6    | 5 |
| 3  | 4              | 4    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 4          | 5    | 5    | 4 |
| 4  | 5              | 6    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 7                | 7    | 7          | 6    | 6    | 5 |
| 5  | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 7    | 6    | 7 |
| 6  | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 4    | 4          | 4    | 5    | 4 |
| 7  | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 8  | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 6         | 6     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 4    | 5    | 5 |
| 9  | 5              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 5 |
| 10 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 11 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 7    | 6    | 7    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 4    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 12 | 6              | 7    | 7    | 7    | 4               | 4    | 4           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 4    | 4          | 5    | 5    | 4 |
| 13 | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 14 | 6              | 6    | 6    | 7    | 5               | 5    | 4           | 5    | 5    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 5    | 5    | 6 |
| 15 | 7              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 4    | 5          | 5    | 6    | 6 |
| 16 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 17 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    | 6 |
| 18 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 4                     | 4    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 19 | 5              | 5    | 5    | 6    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 4    | 5                | 5    | 6          | 6    | 5    | 6 |
| 20 | 6              | 6    | 7    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    | 6 |
| 21 | 6              | 7    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 7    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 6    | 5 |
| 22 | 5              | 6    | 5    | 5    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 4    | 4    | 5                | 5    | 6          | 5    | 5    | 6 |
| 23 | 4              | 4    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 4    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 24 | 7              | 7    | 7    | 7    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 25 | 6              | 5    | 6    | 6    | 5               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 26 | 5              | 6    | 5    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 27 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    | 5 |
| 28 | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 4    | 5    | 4         | 4     | 4     | 4       | 4     | 4     | 4     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    | 6 |
| 29 | 6              | 6    | 5    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 30 | 6              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 5     | 5       | 6     | 6     | 5     | 4                     | 4    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    | 6 |
| 31 | 4              | 4    | 5    | 5    | 4               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 32 | 4              | 4    | 4    | 4    | 4               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 5    | 5    | 6 |
| 33 | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    | 5 |

| No | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |
|----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|
|    |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |
|    | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |
| 34 | 5              | 4    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 6          | 5    | 6    |
| 35 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 7          | 6    | 7    |
| 36 | 5              | 6    | 5    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 7     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    |
| 37 | 7              | 7    | 7    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 5    |
| 38 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 6          | 5    | 6    |
| 39 | 5              | 4    | 5    | 4    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 6    |
| 40 | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 6    | 6           | 5    | 6    | 5    | 5              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 6          | 6    | 5    |
| 41 | 4              | 5    | 5    | 4    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 42 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 7    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 4    |
| 43 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 7     | 6       | 7     | 6     | 7     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    |
| 44 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    |
| 45 | 5              | 5    | 4    | 5    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    |
| 46 | 7              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 4       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 7    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 47 | 6              | 7    | 7    | 7    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 7                     | 6    | 7    | 7                | 7    | 6          | 6    | 6    |
| 48 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 4    |
| 49 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 5    | 5              | 6    | 5    | 4         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    |
| 50 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 5    | 6              | 6    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 7                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 6    |
| 51 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 6          | 5    | 6    |
| 52 | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 5    |
| 53 | 4              | 4    | 4    | 4    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 54 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 4    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 4     | 4       | 5     | 5     | 4     | 6                     | 5    | 5    | 4                | 4    | 5          | 5    | 5    |
| 55 | 6              | 6    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 4     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    |
| 56 | 5              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 7    |
| 57 | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 4    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    |
| 58 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 6          | 5    | 6    |
| 59 | 5              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    |
| 60 | 6              | 6    | 6    | 6    | 4               | 4    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 7                | 6    | 6          | 6    | 7    |
| 61 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 62 | 4              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 7                | 7    | 6          | 6    | 7    |
| 63 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 7                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 64 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 4                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 65 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 4                     | 4    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 7    |
| 66 | 6              | 6    | 6    | 6    | 7               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 67 | 5              | 6    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 7                | 7    | 6          | 6    | 6    |
| 68 | 5              | 6    | 6    | 5    | 7               | 7    | 6           | 6    | 7    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 7                | 6    | 6          | 5    | 6    |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |      |            |      |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------|------------|------|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      |      | Behavioral |      |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3 | CL 4       | CL 5 |
| 69  | 6              | 6    | 6    | 5    | 7               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 7              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 7     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 5    |
| 70  | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 5          | 5    |
| 71  | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 72  | 5              | 6    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 4    | 5          | 5    |
| 73  | 5              | 5    | 5    | 4    | 7               | 7    | 6           | 6    | 6    | 6    | 7              | 7    | 7    | 7         | 7     | 7     | 7       | 7     | 7     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 74  | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6    | 6          | 6    |
| 75  | 5              | 5    | 5    | 4    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 76  | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 77  | 4              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6    | 5          | 5    |
| 78  | 5              | 5    | 4    | 4    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 79  | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 5     | 6     | 5       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 80  | 5              | 5    | 4    | 4    | 5               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5    | 5          | 5    |
| 81  | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 4    |
| 82  | 6              | 7    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 5    | 5          | 6    |
| 83  | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 4    | 4         | 4     | 4     | 4       | 4     | 4     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    |
| 84  | 5              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 4    | 5              | 5    | 4    | 4         | 5     | 4     | 4       | 4     | 4     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 6    | 5          | 5    |
| 85  | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 6          | 6    |
| 86  | 4              | 4    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    |
| 87  | 6              | 6    | 6    | 7    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    |
| 88  | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    |
| 89  | 4              | 4    | 4    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 7       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 90  | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    |
| 91  | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 6    | 5          | 5    |
| 92  | 6              | 6    | 6    | 7    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 6          | 6    |
| 93  | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 6    | 5          | 6    |
| 94  | 6              | 5    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 5    | 6          | 6    |
| 95  | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 5    | 6          | 6    |
| 96  | 5              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 7    |
| 97  | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    |
| 98  | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 99  | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 5    | 5          | 5    |
| 100 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 5    | 5          | 5    |
| 101 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 7                     | 7    | 7    | 7                | 7    | 7    | 7          | 7    |
| 102 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 5    |
| 103 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 5    | 5          | 4    |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |      |            |      |   |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------|------------|------|---|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      |      | Behavioral |      |   |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3 | CL 4       | CL 5 |   |
| 104 | 6              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 4     | 4                     | 4    | 4    | 4                | 4    | 5    | 4          | 4    |   |
| 105 | 5              | 6    | 5    | 5    | 5               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 7    | 6          | 5    |   |
| 106 | 5              | 4    | 4    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 4    | 5                | 4    | 4    | 4          | 3    |   |
| 107 | 4              | 5    | 4    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 4     | 5     | 4                     | 4    | 4    | 5                | 5    | 6    | 5          | 5    |   |
| 108 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 4                | 5    | 6    | 5          | 5    |   |
| 109 | 6              | 6    | 7    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 7                | 6    | 6    | 6          | 5    |   |
| 110 | 5              | 4    | 4    | 5    | 6               | 5    | 6           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 7                | 6    | 6    | 7          | 5    |   |
| 111 | 5              | 4    | 4    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 4    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |   |
| 112 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6    | 6          | 4    |   |
| 113 | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 4    | 5    | 5                | 5    | 4    | 5          | 4    |   |
| 114 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 4    | 4    | 4                | 4    | 4    | 4          | 4    |   |
| 115 | 6              | 6    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 6    | 6          | 5    |   |
| 116 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 5    | 6    | 6          | 5    |   |
| 117 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 6    |   |
| 118 | 5              | 4    | 4    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 7    | 6                | 6    | 6    | 6          | 5    |   |
| 119 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 4              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |   |
| 120 | 5              | 4    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 7    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 7                | 6    | 6    | 6          | 5    |   |
| 121 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 5    | 6          | 5    |   |
| 122 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 4                | 5    | 6    | 6          | 6    |   |
| 123 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 6    | 6          | 4    |   |
| 124 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 7    | 7          | 7    |   |
| 125 | 5              | 6    | 6    | 6    | 4               | 4    | 4           | 5    | 5    | 4    | 4              | 4    | 5    | 4         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    | 4 |
| 126 | 6              | 5    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 4    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 6    |   |
| 127 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 5              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 4    | 5    | 6                | 6    | 5    | 5          | 5    |   |
| 128 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 7    | 7          | 7    |   |
| 129 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 5    | 5          | 5    |   |
| 130 | 6              | 6    | 7    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 4       | 5     | 5     | 4     | 4                     | 4    | 5    | 5                | 5    | 4    | 4          | 4    |   |
| 131 | 5              | 5    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 7    | 7    | 7    | 7              | 7    | 6    | 7         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 6    |   |
| 132 | 5              | 6    | 5    | 5    | 4               | 5    | 4           | 4    | 5    | 5    | 5              | 4    | 4    | 4         | 5     | 4     | 5       | 4     | 4     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6    | 6          | 6    |   |
| 133 | 6              | 6    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 6    |   |
| 134 | 6              | 6    | 6    | 7    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 6       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 7                | 7    | 7    | 7          | 7    |   |
| 135 | 6              | 7    | 6    | 7    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 7    | 7          | 6    |   |
| 136 | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6    | 5          | 6    |   |
| 137 | 7              | 6    | 6    | 6    | 5               | 4    | 4           | 4    | 5    | 5    | 5              | 4    | 4    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 4     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6    | 7          | 6    |   |
| 138 | 6              | 7    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 4    | 4    | 5         | 5     | 4     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 7    | 7    | 6                | 6    | 6    | 5          | 6    |   |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |      |            |      |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------|------------|------|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      |      | Behavioral |      |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3 | CL 4       | CL 5 |
| 139 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 5          | 6    |
| 140 | 5              | 5    | 6    | 5    | 4               | 5    | 4           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 4    | 5                | 5    | 6    | 6          | 5    |
| 141 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 5     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 6    | 6    | 5          | 6    |
| 142 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 4                | 5    | 5    | 4          | 5    |
| 143 | 5              | 5    | 6    | 5    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 7    | 7    | 6                | 6    | 6    | 6          | 6    |
| 144 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 7    | 6    | 7          | 6    |
| 145 | 5              | 5    | 5    | 4    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 4                | 4    | 5    | 4          | 5    |
| 146 | 6              | 6    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 147 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 6     | 5     | 6       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 148 | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6    | 5          | 6    |
| 149 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 5              | 6    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5    | 6          | 6    |
| 150 | 5              | 6    | 5    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 4    | 4                | 6    | 5    | 5          | 5    |
| 151 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 6         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 4                | 5    | 5    | 4          | 5    |
| 152 | 4              | 5    | 4    | 5    | 5               | 6    | 6           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 6                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 153 | 4              | 4    | 4    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 5    | 6          | 5    |
| 154 | 5              | 5    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 4     | 5     | 5                     | 5    | 4    | 5                | 5    | 6    | 6          | 5    |
| 155 | 5              | 6    | 5    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 6    | 6          | 6    |
| 156 | 5              | 6    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 4    | 6                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 157 | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 6          | 5    |
| 158 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 5    | 6          | 5    |
| 159 | 5              | 5    | 6    | 5    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6    | 6          | 5    |
| 160 | 6              | 6    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 6     | 7                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 6    | 5          | 6    |
| 161 | 5              | 5    | 6    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 4     | 4                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 5    | 6          | 5    |
| 162 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6    | 6          | 6    |
| 163 | 5              | 5    | 6    | 5    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 4    |
| 164 | 6              | 5    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6    | 5          | 5    |
| 165 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 6          | 6    |
| 166 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 167 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 4    | 5    | 5                | 5    | 5    | 6          | 5    |
| 168 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6    | 5          | 5    |
| 169 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 170 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 6    |
| 171 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 5    | 6          | 6    |
| 172 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 173 | 5              | 6    | 6    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5    | 6          | 5    |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |   |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|---|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |   |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |   |
| 174 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 7          | 6    | 7    | 6 |
| 175 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 176 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 5    | 6 |
| 177 | 5              | 6    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 5    | 6    | 6 |
| 178 | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 6    | 5 |
| 179 | 5              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 6          | 6    | 5    | 5 |
| 180 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 181 | 6              | 5    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 182 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 183 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 5    | 5 |
| 184 | 6              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 185 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 7    | 7                | 7    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 186 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 7       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 7    | 7                | 7    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 187 | 5              | 6    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 4    | 5 |
| 188 | 5              | 6    | 6    | 5    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 189 | 6              | 5    | 6    | 5    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 190 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 6          | 5    | 6    | 6 |
| 191 | 5              | 5    | 4    | 5    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 6    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 5    | 5 |
| 192 | 5              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 193 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 4                | 4    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 194 | 5              | 5    | 5    | 4    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 6    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 195 | 6              | 6    | 7    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 5              | 6    | 5    | 6         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 7    | 6 |
| 196 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 4    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 197 | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 198 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 199 | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 7    | 7    | 6                | 6    | 6          | 6    | 7    | 7 |
| 200 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 4    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 201 | 5              | 5    | 4    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 7                | 6    | 6          | 7    | 6    | 6 |
| 202 | 5              | 6    | 6    | 5    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 203 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 204 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 7    | 6    | 6 |
| 205 | 6              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 206 | 6              | 6    | 7    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 7    | 6    | 7                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 207 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 7    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    | 6 |
| 208 | 7              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 5    | 5 |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |   |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|---|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |   |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |   |
| 209 | 5              | 5    | 5    | 6    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 210 | 7              | 7    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 211 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 4                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 212 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 213 | 7              | 6    | 6    | 7    | 5               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 214 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 215 | 5              | 6    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 216 | 6              | 7    | 6    | 7    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 217 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 4 |
| 218 | 6              | 7    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 6    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 219 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 220 | 3              | 3    | 3    | 3    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 4    | 5 |
| 221 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 222 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 7    | 7    | 7         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 7     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 223 | 5              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 224 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    | 5 |
| 225 | 5              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 7    | 6                | 7    | 6          | 7    | 6    | 6 |
| 226 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 7    | 7          | 6    | 5    | 5 |
| 227 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 228 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 5    | 5    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 7                     | 7    | 7    | 7                | 7    | 7          | 7    | 7    | 7 |
| 229 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 4    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 230 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 231 | 7              | 7    | 6    | 7    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 4                     | 6    | 6    | 6                | 7    | 7          | 7    | 7    | 7 |
| 232 | 6              | 7    | 7    | 7    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 233 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 4 |
| 234 | 5              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 5 |
| 235 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    | 5 |
| 236 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    | 5 |
| 237 | 6              | 5    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 5    | 5 |
| 238 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 4 |
| 239 | 5              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 4    | 5    | 5              | 5    | 4    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 4    | 4    | 4 |
| 240 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 4          | 5    | 4    | 5 |
| 241 | 5              | 5    | 6    | 5    | 6               | 5    | 6           | 6    | 5    | 6    | 5              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 4 |
| 242 | 6              | 5    | 5    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 243 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |   |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|---|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |   |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |   |
| 244 | 5              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 4    | 4    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 4 |
| 245 | 5              | 6    | 5    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    |   |
| 246 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 5    | 5              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |   |
| 247 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 5          | 5    | 6    |   |
| 248 | 7              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 5    |   |
| 249 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 7    | 5          | 5    | 4    |   |
| 250 | 6              | 6    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 4                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    |   |
| 251 | 6              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    |   |
| 252 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    |   |
| 253 | 6              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 254 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 5          | 6    | 5    |   |
| 255 | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 7                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    |   |
| 256 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 5          | 6    | 6    |   |
| 257 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 6          | 5    | 5    |   |
| 258 | 6              | 5    | 6    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 6    |   |
| 259 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 6          | 6    | 5    |   |
| 260 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    |   |
| 261 | 4              | 5    | 5    | 4    | 5               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 6    |   |
| 262 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    |   |
| 263 | 6              | 6    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    |   |
| 264 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    |   |
| 265 | 5              | 5    | 5    | 5    | 4               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 5          | 6    | 5    |   |
| 266 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    |   |
| 267 | 5              | 4    | 5    | 5    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 6    | 5    |   |
| 268 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 5       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    |   |
| 269 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    |   |
| 270 | 5              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    |   |
| 271 | 6              | 5    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    |   |
| 272 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 4    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |   |
| 273 | 7              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 274 | 6              | 6    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    |   |
| 275 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 5    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 276 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 4    | 5    | 6                | 5    | 6          | 5    | 6    |   |
| 277 | 6              | 6    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 5    | 6          | 5    | 6    |   |
| 278 | 5              | 6    | 5    | 6    | 4               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 7    | 7    |   |



| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |   |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|---|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |   |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |   |
| 279 | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 5         | 6     | 5     | 6       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 6    | 6 |
| 280 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 281 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 4                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 282 | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 6    | 6 |
| 283 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 6          | 5    | 5    | 5 |
| 284 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 4    | 5    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 285 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 286 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 4    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 287 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 4    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 288 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 6     | 4                     | 4    | 5    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 289 | 6              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 3    | 4    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 290 | 5              | 5    | 6    | 5    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 5    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 6     | 7                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    | 5 |
| 291 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 5    | 5    | 6    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 292 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 5    | 6           | 5    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 293 | 5              | 5    | 5    | 4    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 7                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 294 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 295 | 6              | 6    | 5    | 6    | 6               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    | 5 |
| 296 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 5    | 6           | 6    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 297 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 298 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 299 | 6              | 6    | 6    | 7    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 300 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 5     | 7                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 301 | 5              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 302 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    | 6 |
| 303 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 304 | 5              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 305 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 306 | 6              | 6    | 6    | 7    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    | 5 |
| 307 | 5              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 308 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 5    | 5 |
| 309 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 7    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 310 | 6              | 5    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 311 | 5              | 6    | 6    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 7          | 6    | 6    | 6 |
| 312 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 5           | 6    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    | 6 |
| 313 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 5    | 6 |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |
| 314 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 315 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 4    |
| 316 | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 7                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 317 | 6              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 4                     | 5    | 4    | 4                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 318 | 6              | 6    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 5    |
| 319 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 6          | 5    | 5    |
| 320 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 7                | 7    | 6          | 6    | 6    |
| 321 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 7                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 5    |
| 322 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 323 | 6              | 6    | 5    | 5    | 4               | 4    | 4           | 4    | 5    | 4    | 5              | 5    | 4    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 324 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 7                | 6    | 6          | 5    | 6    |
| 325 | 5              | 5    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 326 | 5              | 5    | 4    | 4    | 6               | 5    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 5    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 5    |
| 327 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 328 | 5              | 5    | 5    | 4    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 5    |
| 329 | 5              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 330 | 5              | 6    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 6          | 5    | 5    |
| 331 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 5     | 6       | 5     | 5     | 6     | 7                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 5    |
| 332 | 5              | 6    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 7    | 7    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 333 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 6    | 5          | 5    | 6    |
| 334 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 335 | 5              | 4    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 336 | 5              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 4           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 4     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    |
| 337 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 338 | 5              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    |
| 339 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 7     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    |
| 340 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 6          | 5    | 6    |
| 341 | 6              | 6    | 6    | 7    | 6               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 6         | 6     | 6     | 5       | 5     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 6          | 6    | 5    |
| 342 | 7              | 7    | 7    | 7    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 7    | 7                | 6    | 6          | 6    | 6    |
| 343 | 5              | 5    | 6    | 6    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 5    |
| 344 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 7    | 6          | 6    | 6    |
| 345 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 6    |
| 346 | 4              | 4    | 4    | 4    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 5              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5          | 5    | 5    |
| 347 | 6              | 7    | 7    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 5          | 4    | 4    |
| 348 | 4              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |            |      |      |   |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------------|------|------|---|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      | Behavioral |      |      |   |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3       | CL 4 | CL 5 |   |
| 349 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 5       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    | 6 |
| 350 | 4              | 4    | 4    | 4    | 5               | 6    | 5           | 6    | 5    | 5    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 4          | 5    | 5    |   |
| 351 | 6              | 6    | 6    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 5    |   |
| 352 | 3              | 4    | 4    | 3    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 6          | 5    | 6    |   |
| 353 | 4              | 4    | 4    | 4    | 6               | 6    | 5           | 6    | 5    | 6    | 5              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 6    | 6    |   |
| 354 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 5    | 6    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 7    |   |
| 355 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 5    |   |
| 356 | 5              | 5    | 5    | 5    | 4               | 5    | 5           | 5    | 4    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 357 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 5     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 7          | 6    | 6    |   |
| 358 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    |   |
| 359 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 5    | 6          | 5    | 5    |   |
| 360 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 6    | 5          | 6    | 6    |   |
| 361 | 6              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 7    | 6    |   |
| 362 | 4              | 4    | 4    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 5     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 6    | 5    |   |
| 363 | 4              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    |   |
| 364 | 4              | 4    | 4    | 4    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 5    |   |
| 365 | 4              | 4    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 6         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 366 | 5              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 4           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 5    |   |
| 367 | 4              | 4    | 4    | 4    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 6    |   |
| 368 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 5    | 5    |   |
| 369 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 5          | 4    | 5    |   |
| 370 | 5              | 6    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 6          | 4    | 6    |   |
| 371 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5          | 5    | 5    |   |
| 372 | 6              | 6    | 6    | 6    | 7               | 7    | 6           | 7    | 6    | 7    | 7              | 6    | 6    | 6         | 6     | 7     | 7       | 6     | 6     | 6     | 6                     | 6    | 5    | 5                | 5    | 6          | 4    | 4    |   |
| 373 | 6              | 6    | 6    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 6    | 5         | 5     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 374 | 5              | 5    | 5    | 6    | 6               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 6    | 6         | 6     | 6     | 6       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 6    | 6    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    |   |
| 375 | 4              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 7    | 6                | 5    | 5          | 5    | 5    |   |
| 376 | 3              | 4    | 3    | 3    | 6               | 6    | 6           | 6    | 5    | 5    | 5              | 6    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 377 | 7              | 7    | 7    | 7    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 6    | 5         | 5     | 5     | 6       | 6     | 5     | 6     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 378 | 4              | 4    | 4    | 3    | 6               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 5    | 4    |   |
| 379 | 5              | 5    | 6    | 6    | 5               | 6    | 5           | 5    | 6    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5          | 5    | 6    |   |
| 380 | 6              | 7    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 6       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 381 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 5           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 6          | 6    | 6    |   |
| 382 | 5              | 5    | 5    | 4    | 5               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6          | 6    | 4    |   |
| 383 | 5              | 5    | 5    | 4    | 6               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6          | 7    | 6    |   |

| No  | Price Fairness |      |      |      | Service Quality |      |             |      |      |      |                |      |      |           |       |       |         |       |       |       | Customer Satisfaction |      |      | Customer Loyalty |      |      |            |      |
|-----|----------------|------|------|------|-----------------|------|-------------|------|------|------|----------------|------|------|-----------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-----------------------|------|------|------------------|------|------|------------|------|
|     |                |      |      |      | Tangibles       |      | Reliability |      |      |      | Responsiveness |      |      | Assurance |       |       | Emphaty |       |       |       |                       |      |      | Attitudinal      |      |      | Behavioral |      |
|     | PF 1           | PF 2 | PF 3 | PF 4 | SQ 1            | SQ 2 | SQ 3        | SQ 4 | SQ 5 | SQ 6 | SQ 7           | SQ 8 | SQ 9 | SQ 10     | SQ 11 | SQ 12 | SQ 13   | SQ 14 | SQ 15 | SQ 16 | CS 1                  | CS 2 | CS 3 | CL 1             | CL 2 | CL 3 | CL 4       | CL 5 |
| 384 | 6              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 5    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 6     | 6     | 5       | 6     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5    | 5          | 5    |
| 385 | 4              | 3    | 4    | 3    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 6     | 6     | 5                     | 5    | 4    | 6                | 6    | 7    | 6          | 7    |
| 386 | 3              | 4    | 4    | 3    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 6         | 5     | 5     | 6       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 6    | 5    | 6                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 387 | 4              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 4              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 5    | 5          | 5    |
| 388 | 4              | 4    | 4    | 4    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 6    | 6              | 5    | 6    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 6    | 6    | 6          | 6    |
| 389 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 6    | 6           | 5    | 6    | 6    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 5                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 390 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 6    | 6           | 5    | 5    | 5    | 5              | 6    | 5    | 5         | 6     | 5     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 6                | 6    | 6    | 6          | 7    |
| 391 | 5              | 6    | 6    | 5    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 6     | 5       | 5     | 6     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 4                | 4    | 3    | 4          | 4    |
| 392 | 3              | 3    | 3    | 2    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 4    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 4    | 5                | 6    | 5    | 5          | 3    |
| 393 | 6              | 6    | 6    | 6    | 5               | 5    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 6     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 394 | 6              | 6    | 7    | 7    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 5    | 6    | 6                | 6    | 5    | 6          | 6    |
| 395 | 5              | 6    | 5    | 5    | 6               | 5    | 5           | 5    | 6    | 5    | 6              | 5    | 5    | 6         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 5    | 5          | 5    |
| 396 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 4    | 5           | 5    | 5    | 5    | 5              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 5    | 5    | 5                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 397 | 5              | 5    | 5    | 5    | 6               | 6    | 5           | 6    | 6    | 5    | 6              | 5    | 6    | 6         | 6     | 6     | 5       | 5     | 5     | 5     | 6                     | 6    | 6    | 6                | 6    | 6    | 6          | 5    |
| 398 | 6              | 6    | 6    | 7    | 6               | 6    | 5           | 5    | 5    | 5    | 6              | 5    | 5    | 5         | 5     | 5     | 6       | 5     | 5     | 5     | 5                     | 4    | 5    | 6                | 6    | 7    | 6          | 6    |
| 399 | 5              | 5    | 5    | 5    | 5               | 5    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 6    | 5    | 5         | 5     | 5     | 5       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 4    | 6                | 5    | 6    | 6          | 6    |
| 400 | 6              | 5    | 5    | 6    | 6               | 6    | 6           | 6    | 6    | 6    | 6              | 5    | 6    | 5         | 6     | 6     | 6       | 5     | 5     | 6     | 5                     | 5    | 5    | 5                | 6    | 5    | 5          | 5    |

### Lampiran 3 : Output Hasil Cross Tabulation

#### Jenis Kelamin \* Intensitas

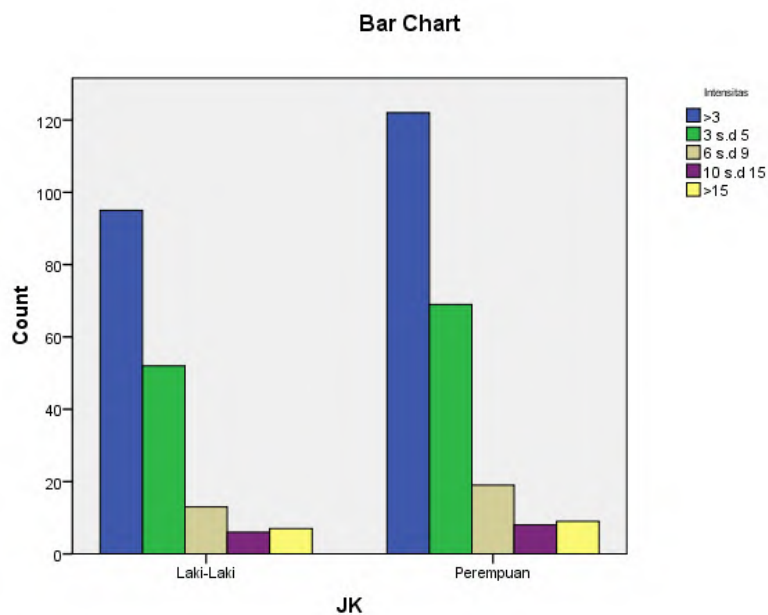
##### Crosstab

|       |                |                | Intensitas |       |      |       |      | Total  |
|-------|----------------|----------------|------------|-------|------|-------|------|--------|
|       |                |                | >3         | 3-5   | 6-9  | 10-15 | >15  |        |
| JK    | Laki-Laki      | Count          | 95         | 52    | 13   | 6     | 7    | 173    |
|       |                | Expected Count | 93.9       | 52.3  | 13.8 | 6.1   | 6.9  | 173.0  |
|       |                | % within JK    | 54.9%      | 30.1% | 7.5% | 3.5%  | 4.0% | 100.0% |
|       |                | Residual       | 1.1        | -.3   | -.8  | .0    | .1   |        |
|       |                | Std. Residual  | .1         | .0    | -.2  | .0    | .0   |        |
|       | Perempuan      | Count          | 122        | 69    | 19   | 8     | 9    | 227    |
|       |                | Expected Count | 123.1      | 68.7  | 18.2 | 7.9   | 9.1  | 227.0  |
|       |                | % within JK    | 53.7%      | 30.4% | 8.4% | 3.5%  | 4.0% | 100.0% |
|       |                | Residual       | -1.1       | .3    | .8   | .1    | .0   |        |
|       |                | Std. Residual  | -.1        | .0    | .2   | .0    | .0   |        |
| Total | Count          |                | 217        | 121   | 32   | 14    | 16   | 400    |
|       | Expected Count |                | 217.0      | 121.0 | 32.0 | 14.0  | 16.0 | 400.0  |
|       | % within JK    |                | 54.2%      | 30.2% | 8.0% | 3.5%  | 4.0% | 100.0% |

##### Chi-Square Tests

|                              | Value             | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | .121 <sup>a</sup> | 4  | .998                  |
| Likelihood Ratio             | .121              | 4  | .998                  |
| Linear-by-Linear Association | .033              | 1  | .855                  |
| N of Valid Cases             | 400               |    |                       |

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.06.



**Usia \* Intensitas**

**Crosstab**

|      |       |                | Intensitas |       |       |       |       | Total  |
|------|-------|----------------|------------|-------|-------|-------|-------|--------|
|      |       |                | >3         | 3-5   | 6-9   | 10-15 | >15   |        |
| Usia | 18-22 | Count          | 108        | 57    | 9     | 8     | 7     | 189    |
|      |       | Expected Count | 102.5      | 57.2  | 15.1  | 6.6   | 7.6   | 189.0  |
|      |       | % within Usia  | 57.1%      | 30.2% | 4.8%  | 4.2%  | 3.7%  | 100.0% |
|      |       | Residual       | 5.5        | -.2   | -6.1  | 1.4   | -.6   |        |
|      |       | Std. Residual  | .5         | .0    | -1.6  | .5    | -.2   |        |
|      | 23-29 | Count          | 92         | 49    | 19    | 2     | 6     | 168    |
|      |       | Expected Count | 91.1       | 50.8  | 13.4  | 5.9   | 6.7   | 168.0  |
|      |       | % within Usia  | 54.8%      | 29.2% | 11.3% | 1.2%  | 3.6%  | 100.0% |
|      |       | Residual       | .9         | -1.8  | 5.6   | -3.9  | -.7   |        |
|      |       | Std. Residual  | .1         | -.3   | 1.5   | -1.6  | -.3   |        |
|      | 30-39 | Count          | 15         | 14    | 4     | 4     | 1     | 38     |
|      |       | Expected Count | 20.6       | 11.5  | 3.0   | 1.3   | 1.5   | 38.0   |
|      |       | % within Usia  | 39.5%      | 36.8% | 10.5% | 10.5% | 2.6%  | 100.0% |
|      |       | Residual       | -5.6       | 2.5   | 1.0   | 2.7   | -.5   |        |
|      |       | Std. Residual  | -1.2       | .7    | .6    | 2.3   | -.4   |        |
|      | 40-50 | Count          | 2          | 1     | 0     | 0     | 2     | 5      |
|      |       | Expected Count | 2.7        | 1.5   | .4    | .2    | .2    | 5.0    |
|      |       | % within Usia  | 40.0%      | 20.0% | .0%   | .0%   | 40.0% | 100.0% |

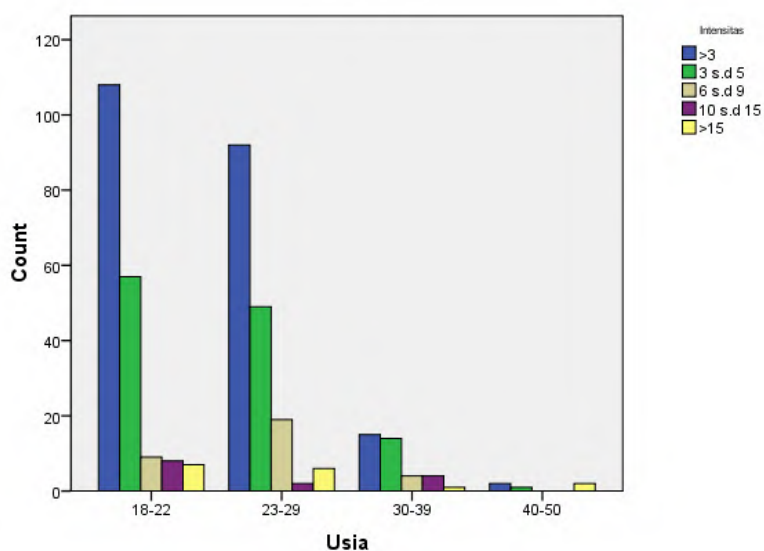
|       |                |       |       |      |      |      |        |
|-------|----------------|-------|-------|------|------|------|--------|
|       | Residual       | -7    | -5    | -4   | -.2  | 1.8  |        |
|       | Std. Residual  | -.4   | -.4   | -.6  | -.4  | 4.0  |        |
| Total | Count          | 217   | 121   | 32   | 14   | 16   | 400    |
|       | Expected Count | 217.0 | 121.0 | 32.0 | 14.0 | 16.0 | 400.0  |
|       | % within Usia  | 54.2% | 30.2% | 8.0% | 3.5% | 4.0% | 100.0% |

### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 33.164 <sup>a</sup> | 12 | .001                  |
| Likelihood Ratio             | 22.451              | 12 | .033                  |
| Linear-by-Linear Association | 4.809               | 1  | .028                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 8 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .18.

Bar Chart



**Pendidikan \* Intensitas**

**Crosstab**

|                         |                           |                     | Intensitas |       |      |       |        | Total  |
|-------------------------|---------------------------|---------------------|------------|-------|------|-------|--------|--------|
|                         |                           |                     | >3         | 3-5   | 6-9  | 10-15 | >15    |        |
| Pendidikan              | SMP / MTs Sederajat       | Count               | 1          | 2     | 0    | 0     | 0      | 3      |
|                         |                           | Expected Count      | 1.6        | .9    | .2   | .1    | .1     | 3.0    |
|                         |                           | % within Pendidikan | 33.3%      | 66.7% | .0%  | .0%   | .0%    | 100.0% |
|                         |                           | Residual            | -.6        | 1.1   | -.2  | -.1   | -.1    |        |
|                         |                           | Std. Residual       | -.5        | 1.1   | -.5  | -.3   | -.3    |        |
|                         | SMA / MAN / SMK Sederajat | Count               | 81         | 35    | 7    | 9     | 5      | 137    |
|                         |                           | Expected Count      | 74.3       | 41.4  | 11.0 | 4.8   | 5.5    | 137.0  |
|                         |                           | % within Pendidikan | 59.1%      | 25.5% | 5.1% | 6.6%  | 3.6%   | 100.0% |
|                         |                           | Residual            | 6.7        | -6.4  | -4.0 | 4.2   | -.5    |        |
|                         |                           | Std. Residual       | .8         | -1.0  | -1.2 | 1.9   | -.2    |        |
|                         | Akademi/ Diploma          | Count               | 18         | 9     | 2    | 1     | 1      | 31     |
|                         |                           | Expected Count      | 16.8       | 9.4   | 2.5  | 1.1   | 1.2    | 31.0   |
|                         |                           | % within Pendidikan | 58.1%      | 29.0% | 6.5% | 3.2%  | 3.2%   | 100.0% |
|                         |                           | Residual            | 1.2        | -.4   | -.5  | .0    | -.2    |        |
|                         |                           | Std. Residual       | .3         | -.1   | -.3  | .0    | -.2    |        |
|                         | Sarjana (S-1)             | Count               | 103        | 72    | 20   | 4     | 9      | 208    |
|                         |                           | Expected Count      | 112.8      | 62.9  | 16.6 | 7.3   | 8.3    | 208.0  |
|                         |                           | % within Pendidikan | 49.5%      | 34.6% | 9.6% | 1.9%  | 4.3%   | 100.0% |
|                         |                           | Residual            | -9.8       | 9.1   | 3.4  | -3.3  | .7     |        |
|                         |                           | Std. Residual       | -.9        | 1.1   | .8   | -1.2  | .2     |        |
| Pasca Sarjana (S-2/S-3) | Count                     | 14                  | 3          | 3     | 0    | 1     | 21     |        |
|                         | Expected Count            | 11.4                | 6.4        | 1.7   | .7   | .8    | 21.0   |        |
|                         | % within Pendidikan       | 66.7%               | 14.3%      | 14.3% | .0%  | 4.8%  | 100.0% |        |
|                         | Residual                  | 2.6                 | -3.4       | 1.3   | -.7  | .2    |        |        |
|                         | Std. Residual             | .8                  | -1.3       | 1.0   | -.9  | .2    |        |        |
| Total                   |                           | Count               | 217        | 121   | 32   | 14    | 16     | 400    |
|                         |                           | Expected Count      | 217.0      | 121.0 | 32.0 | 14.0  | 16.0   | 400.0  |
|                         |                           | % within Pendidikan | 54.2%      | 30.2% | 8.0% | 3.5%  | 4.0%   | 100.0% |

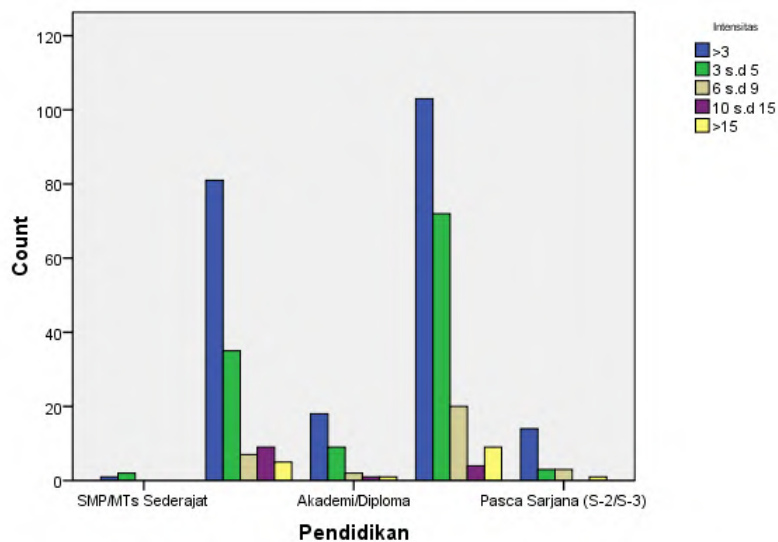


### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 17.577 <sup>a</sup> | 16 | .349                  |
| Likelihood Ratio             | 18.384              | 16 | .302                  |
| Linear-by-Linear Association | .154                | 1  | .695                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 12 cells (48.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

### Bar Chart



### Pekerjaan \* Intensitas

#### Crosstab

|              |                      | Intensitas |       |       |       |     | Total  |
|--------------|----------------------|------------|-------|-------|-------|-----|--------|
|              |                      | >3         | 3-5   | 6-9   | 10-15 | >15 |        |
| Pekerjaan    | Pegawai Negeri Count | 5          | 6     | 2     | 0     | 0   | 13     |
|              | Expected Count       | 7.0        | 4.0   | 1.0   | .5    | .5  | 13.0   |
|              | % within Pekerjaan   | 38.5%      | 46.2% | 15.4% | .0%   | .0% | 100.0% |
|              | Residual             | -2.0       | 2.0   | 1.0   | -.5   | -.5 |        |
|              | Std. Residual        | -.8        | 1.0   | .9    | -.7   | -.7 |        |
| Pegawai BUMN | Count                | 15         | 7     | 3     | 0     | 2   | 27     |
|              | Expected Count       | 14.6       | 8.2   | 2.2   | .9    | 1.1 | 27.0   |

|                   |                    |       |       |       |      |      |        |
|-------------------|--------------------|-------|-------|-------|------|------|--------|
|                   | % within Pekerjaan | 55.6% | 25.9% | 11.1% | .0%  | 7.4% | 100.0% |
|                   | Residual           | .4    | -1.2  | .8    | -.9  | .9   |        |
|                   | Std. Residual      | .1    | -.4   | .6    | -1.0 | .9   |        |
| Pegawai Swasta    | Count              | 56    | 31    | 14    | 1    | 6    | 108    |
|                   | Expected Count     | 58.3  | 32.8  | 8.7   | 3.8  | 4.3  | 108.0  |
|                   | % within Pekerjaan | 51.9% | 28.7% | 13.0% | .9%  | 5.6% | 100.0% |
|                   | Residual           | -2.3  | -1.8  | 5.3   | -2.8 | 1.7  |        |
|                   | Std. Residual      | -.3   | -.3   | 1.8   | -1.4 | .8   |        |
| Profesional       | Count              | 7     | 14    | 3     | 2    | 1    | 27     |
|                   | Expected Count     | 14.6  | 8.2   | 2.2   | .9   | 1.1  | 27.0   |
|                   | % within Pekerjaan | 25.9% | 51.9% | 11.1% | 7.4% | 3.7% | 100.0% |
|                   | Residual           | -7.6  | 5.8   | .8    | 1.1  | .0   |        |
|                   | Std. Residual      | -2.0  | 2.0   | .6    | 1.1  | .0   |        |
| Freelancer        | Count              | 4     | 1     | 0     | 0    | 0    | 5      |
|                   | Expected Count     | 2.7   | 1.5   | .4    | .2   | .2   | 5.0    |
|                   | % within Pekerjaan | 80.0% | 20.0% | .0%   | .0%  | .0%  | 100.0% |
|                   | Residual           | 1.3   | -.5   | -.4   | -.2  | -.2  |        |
|                   | Std. Residual      | .8    | -.4   | -.6   | -.4  | -.4  |        |
| Wiraswasta        | Count              | 20    | 16    | 4     | 2    | 1    | 43     |
|                   | Expected Count     | 23.2  | 13.1  | 3.5   | 1.5  | 1.7  | 43.0   |
|                   | % within Pekerjaan | 46.5% | 37.2% | 9.3%  | 4.7% | 2.3% | 100.0% |
|                   | Residual           | -3.2  | 2.9   | .5    | .5   | -.7  |        |
|                   | Std. Residual      | -.7   | .8    | .3    | .4   | -.6  |        |
| Pelajar/Mahasiswa | Count              | 88    | 41    | 6     | 8    | 6    | 149    |
|                   | Expected Count     | 80.5  | 45.3  | 12.0  | 5.2  | 6.0  | 149.0  |
|                   | % within Pekerjaan | 59.1% | 27.5% | 4.0%  | 5.4% | 4.0% | 100.0% |
|                   | Residual           | 7.5   | -4.3  | -6.0  | 2.8  | .0   |        |
|                   | Std. Residual      | .8    | -.6   | -1.7  | 1.2  | .0   |        |
| Rumah Tangga      | Count              | 1     | 2     | 0     | 0    | 0    | 3      |
|                   | Expected Count     | 1.6   | .9    | .2    | .1   | .1   | 3.0    |
|                   | % within Pekerjaan | 33.3% | 66.7% | .0%   | .0%  | .0%  | 100.0% |
|                   | Residual           | -.6   | 1.1   | -.2   | -.1  | -.1  |        |
|                   | Std. Residual      | -.5   | 1.1   | -.5   | -.3  | -.3  |        |
| Belum Bekerja     | Count              | 18    | 3     | 0     | 1    | 0    | 22     |
|                   | Expected Count     | 11.9  | 6.7   | 1.8   | .8   | .9   | 22.0   |
|                   | % within Pekerjaan | 81.8% | 13.6% | .0%   | 4.5% | .0%  | 100.0% |
|                   | Residual           | 6.1   | -3.7  | -1.8  | .2   | -.9  |        |
|                   | Std. Residual      | 1.8   | -1.4  | -1.3  | .3   | -.9  |        |

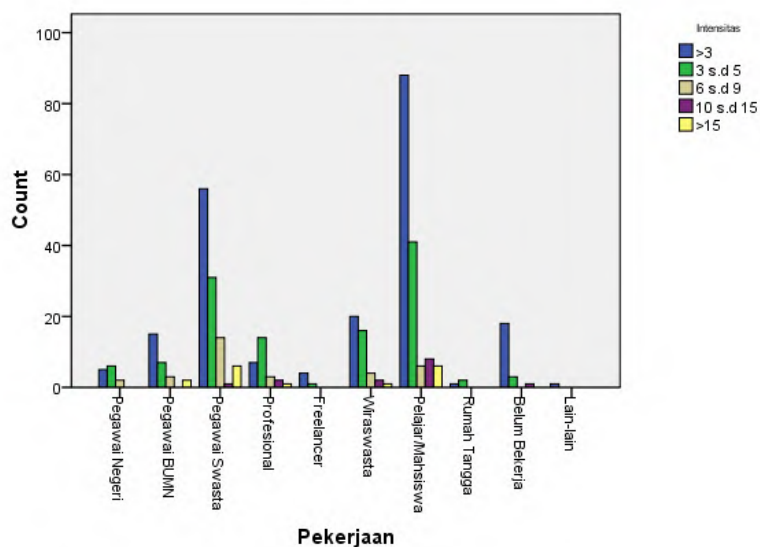
|           |                    |        |       |      |      |      |        |
|-----------|--------------------|--------|-------|------|------|------|--------|
| Lain-lain | Count              | 1      | 0     | 0    | 0    | 0    | 1      |
|           | Expected Count     | .5     | .3    | .1   | .0   | .0   | 1.0    |
|           | % within Pekerjaan | 100.0% | .0%   | .0%  | .0%  | .0%  | 100.0% |
|           | Residual           | .5     | -.3   | .0   | .0   | .0   |        |
|           | Std. Residual      | .6     | -.6   | -.3  | -.2  | -.2  |        |
| Total     | Count              | 215    | 121   | 32   | 14   | 16   | 398    |
|           | Expected Count     | 215.0  | 121.0 | 32.0 | 14.0 | 16.0 | 398.0  |
|           | % within Pekerjaan | 54.0%  | 30.4% | 8.0% | 3.5% | 4.0% | 100.0% |

### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 40.921 <sup>a</sup> | 36 | .263                  |
| Likelihood Ratio             | 47.105              | 36 | .102                  |
| Linear-by-Linear Association | 3.785               | 1  | .052                  |
| N of Valid Cases             | 398                 |    |                       |

a. 33 cells (66.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

Bar Chart



# **Pengeluaran \* Intensitas**

**Crosstab**

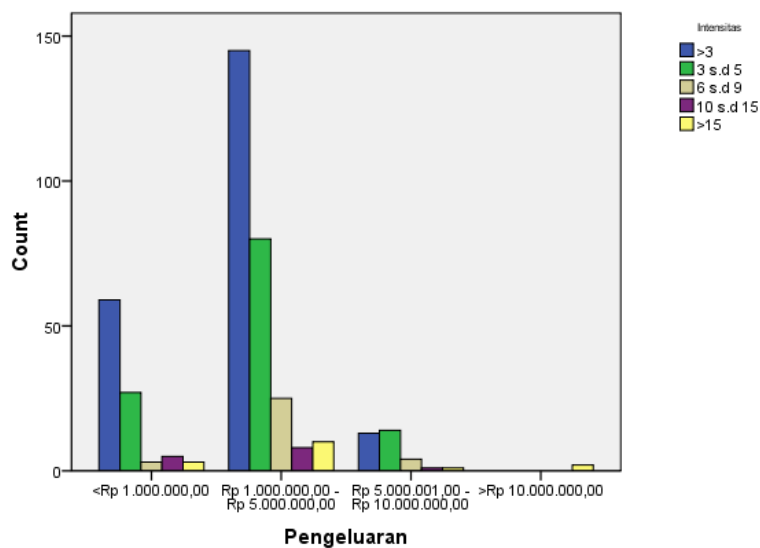
|             |                                    |                      | Intensitas |       |       |       |        | Total  |
|-------------|------------------------------------|----------------------|------------|-------|-------|-------|--------|--------|
|             |                                    |                      | >3         | 3-5   | 6-9   | 10-15 | >15    |        |
| Pengeluaran | <Rp 1.000.000,00                   | Count                | 59         | 27    | 3     | 5     | 3      | 97     |
|             |                                    | Expected Count       | 52.6       | 29.3  | 7.8   | 3.4   | 3.9    | 97.0   |
|             |                                    | % within Pengeluaran | 60.8%      | 27.8% | 3.1%  | 5.2%  | 3.1%   | 100.0% |
|             |                                    | Residual             | 6.4        | -2.3  | -4.8  | 1.6   | -.9    |        |
|             |                                    | Std. Residual        | .9         | -.4   | -1.7  | .9    | -.4    |        |
|             | Rp 1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00  | Count                | 145        | 80    | 25    | 8     | 10     | 268    |
|             |                                    | Expected Count       | 145.4      | 81.1  | 21.4  | 9.4   | 10.7   | 268.0  |
|             |                                    | % within Pengeluaran | 54.1%      | 29.9% | 9.3%  | 3.0%  | 3.7%   | 100.0% |
|             |                                    | Residual             | -.4        | -1.1  | 3.6   | -1.4  | -.7    |        |
|             |                                    | Std. Residual        | .0         | -.1   | .8    | -.5   | -.2    |        |
|             | Rp 5.000.001,00 – Rp 10.000.000,00 | Count                | 13         | 14    | 4     | 1     | 1      | 33     |
|             |                                    | Expected Count       | 17.9       | 10.0  | 2.6   | 1.2   | 1.3    | 33.0   |
|             |                                    | % within Pengeluaran | 39.4%      | 42.4% | 12.1% | 3.0%  | 3.0%   | 100.0% |
|             |                                    | Residual             | -4.9       | 4.0   | 1.4   | -.2   | -.3    |        |
|             |                                    | Std. Residual        | -1.2       | 1.3   | .8    | -.1   | -.3    |        |
|             | >Rp 10.000.000,00                  | Count                | 0          | 0     | 0     | 0     | 2      | 2      |
|             |                                    | Expected Count       | 1.1        | .6    | .2    | .1    | .1     | 2.0    |
|             |                                    | % within Pengeluaran | .0%        | .0%   | .0%   | .0%   | 100.0% | 100.0% |
|             |                                    | Residual             | -1.1       | -.6   | -.2   | .0    | 1.9    |        |
|             |                                    | Std. Residual        | -1.0       | -.8   | -.4   | -.3   | 6.8    |        |
| Total       | Count                              |                      | 217        | 121   | 32    | 14    | 16     | 400    |
|             | Expected Count                     |                      | 217.0      | 121.0 | 32.0  | 14.0  | 16.0   | 400.0  |
|             | % within Pengeluaran               |                      | 54.2%      | 30.2% | 8.0%  | 3.5%  | 4.0%   | 100.0% |

### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 57.454 <sup>a</sup> | 12 | .000                  |
| Likelihood Ratio             | 22.977              | 12 | .028                  |
| Linear-by-Linear Association | 6.055               | 1  | .014                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 10 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

### Bar Chart



### Tempat Tinggal \* Intensitas

#### Crosstab

|                |          |                         | Intensitas |       |      |       |       | Total  |
|----------------|----------|-------------------------|------------|-------|------|-------|-------|--------|
|                |          |                         | >3         | 3-5   | 6-9  | 10-15 | >15   |        |
| Tempat tinggal | Surabaya | Count                   | 23         | 16    | 4    | 2     | 5     | 50     |
|                | Pusat    | Expected Count          | 27.1       | 15.1  | 4.0  | 1.8   | 2.0   | 50.0   |
|                |          | % within Tempat tinggal | 46.0%      | 32.0% | 8.0% | 4.0%  | 10.0% | 100.0% |
|                |          | Residual                | -4.1       | .9    | .0   | .2    | 3.0   |        |
|                |          | Std. Residual           | -.8        | .2    | .0   | .2    | 2.1   |        |

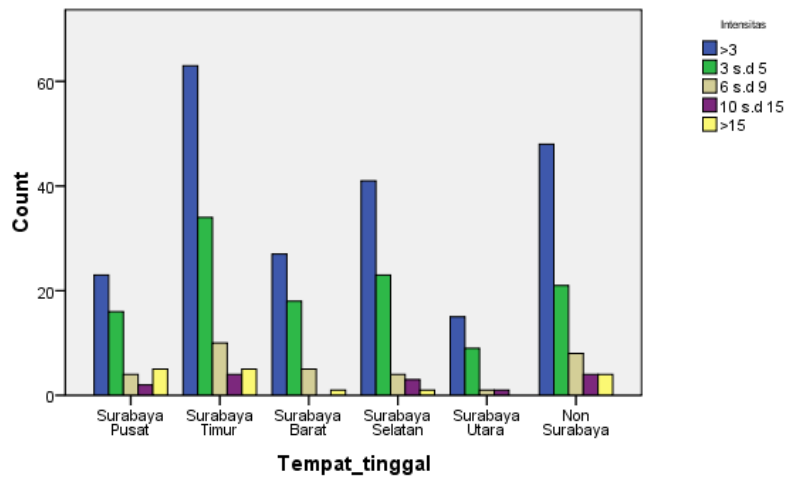
|                  |                         |       |       |      |      |      |        |
|------------------|-------------------------|-------|-------|------|------|------|--------|
| Surabaya Timur   | Count                   | 63    | 34    | 10   | 4    | 5    | 116    |
|                  | Expected Count          | 62.9  | 35.1  | 9.3  | 4.1  | 4.6  | 116.0  |
|                  | % within Tempat_tinggal | 54.3% | 29.3% | 8.6% | 3.4% | 4.3% | 100.0% |
|                  | Residual                | .1    | -1.1  | .7   | .0   | .4   |        |
|                  | Std. Residual           | .0    | -.2   | .2   | .0   | .2   |        |
| Surabaya Barat   | Count                   | 27    | 18    | 5    | 0    | 1    | 51     |
|                  | Expected Count          | 27.7  | 15.4  | 4.1  | 1.8  | 2.0  | 51.0   |
|                  | % within Tempat_tinggal | 52.9% | 35.3% | 9.8% | .0%  | 2.0% | 100.0% |
|                  | Residual                | -.7   | 2.6   | .9   | -1.8 | -1.0 |        |
|                  | Std. Residual           | -.1   | .7    | .5   | -1.3 | -.7  |        |
| Surabaya Selatan | Count                   | 41    | 23    | 4    | 3    | 1    | 72     |
|                  | Expected Count          | 39.1  | 21.8  | 5.8  | 2.5  | 2.9  | 72.0   |
|                  | % within Tempat_tinggal | 56.9% | 31.9% | 5.6% | 4.2% | 1.4% | 100.0% |
|                  | Residual                | 1.9   | 1.2   | -1.8 | .5   | -1.9 |        |
|                  | Std. Residual           | .3    | .3    | -.7  | .3   | -1.1 |        |
| Surabaya Utara   | Count                   | 15    | 9     | 1    | 1    | 0    | 26     |
|                  | Expected Count          | 14.1  | 7.9   | 2.1  | .9   | 1.0  | 26.0   |
|                  | % within Tempat_tinggal | 57.7% | 34.6% | 3.8% | 3.8% | .0%  | 100.0% |
|                  | Residual                | .9    | 1.1   | -1.1 | .1   | -1.0 |        |
|                  | Std. Residual           | .2    | .4    | -.7  | .1   | -1.0 |        |
| Non Surabaya     | Count                   | 48    | 21    | 8    | 4    | 4    | 85     |
|                  | Expected Count          | 46.1  | 25.7  | 6.8  | 3.0  | 3.4  | 85.0   |
|                  | % within Tempat_tinggal | 56.5% | 24.7% | 9.4% | 4.7% | 4.7% | 100.0% |
|                  | Residual                | 1.9   | -4.7  | 1.2  | 1.0  | .6   |        |
|                  | Std. Residual           | .3    | -.9   | .5   | .6   | .3   |        |
| Total            | Count                   | 217   | 121   | 32   | 14   | 16   | 400    |
|                  | Expected Count          | 217.0 | 121.0 | 32.0 | 14.0 | 16.0 | 400.0  |
|                  | % within Tempat_tinggal | 54.2% | 30.2% | 8.0% | 3.5% | 4.0% | 100.0% |
|                  |                         |       |       |      |      |      |        |

### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 13.763 <sup>a</sup> | 20 | .842                  |
| Likelihood Ratio             | 15.974              | 20 | .718                  |
| Linear-by-Linear Association | 1.129               | 1  | .288                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .91.

### Bar Chart



### Jenis Kelamin \* Hari Paling Sering

#### Crosstab

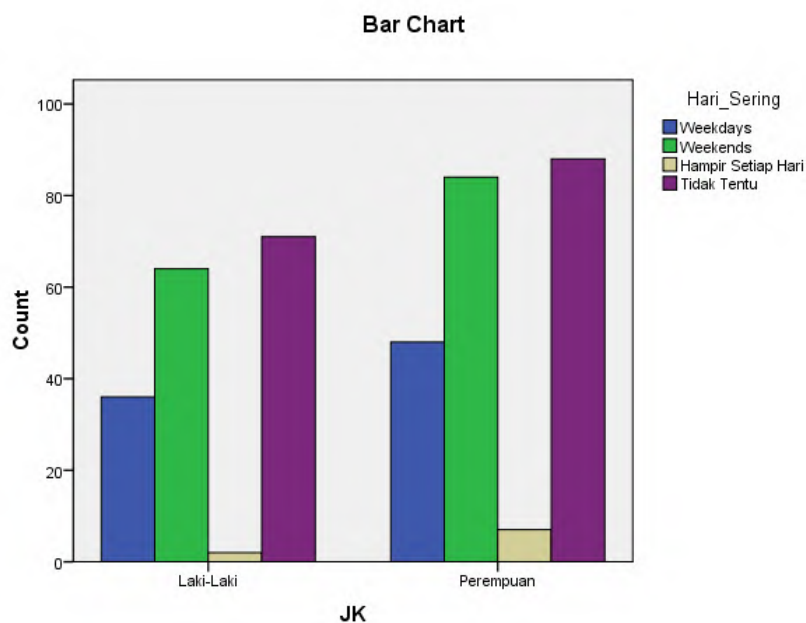
|              |                |  | Hari_Paling Sering |          |                    |             | Total  |
|--------------|----------------|--|--------------------|----------|--------------------|-------------|--------|
|              |                |  | Weekdays           | Weekends | Hampir Setiap Hari | Tidak Tentu |        |
| JK Laki-Laki | Count          |  | 36                 | 64       | 2                  | 71          | 173    |
|              | Expected Count |  | 36.3               | 64.0     | 3.9                | 68.8        | 173.0  |
|              | % within JK    |  | 20.8%              | 37.0%    | 1.2%               | 41.0%       | 100.0% |
|              | Residual       |  | -.3                | .0       | -1.9               | 2.2         |        |
|              | Std. Residual  |  | .0                 | .0       | -1.0               | .3          |        |

|           |                |       |       |      |       |        |
|-----------|----------------|-------|-------|------|-------|--------|
| Perempuan | Count          | 48    | 84    | 7    | 88    | 227    |
|           | Expected Count | 47.7  | 84.0  | 5.1  | 90.2  | 227.0  |
|           | % within JK    | 21.1% | 37.0% | 3.1% | 38.8% | 100.0% |
|           | Residual       | .3    | .0    | 1.9  | -2.2  |        |
|           | Std. Residual  | .0    | .0    | .8   | -.2   |        |
| Total     | Count          | 84    | 148   | 9    | 159   | 400    |
|           | Expected Count | 84.0  | 148.0 | 9.0  | 159.0 | 400.0  |
|           | % within JK    | 21.0% | 37.0% | 2.2% | 39.8% | 100.0% |

### Chi-Square Tests

|                              | Value              | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 1.754 <sup>a</sup> | 3  | .625                  |
| Likelihood Ratio             | 1.882              | 3  | .597                  |
| Linear-by-Linear Association | .059               | 1  | .808                  |
| N of Valid Cases             | 400                |    |                       |

a. 1 cells (12.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.89.





**Usia \* Hari Paling Sering**

**Crosstab**

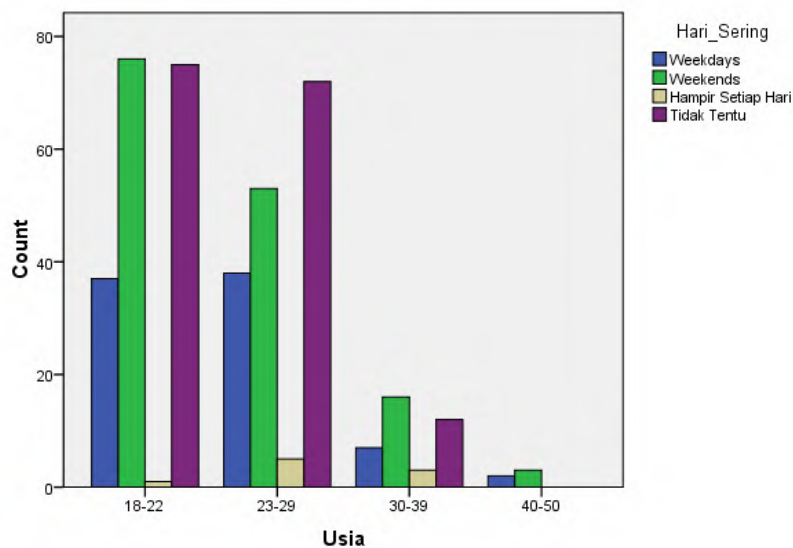
|      |       |                | Hari_Sering |          |                    |             | Total  |
|------|-------|----------------|-------------|----------|--------------------|-------------|--------|
|      |       |                | Weekdays    | Weekends | Hampir Setiap Hari | Tidak Tentu |        |
| Usia | 18-22 | Count          | 37          | 76       | 1                  | 75          | 189    |
|      |       | Expected Count | 39.7        | 69.9     | 4.3                | 75.1        | 189.0  |
|      |       | % within Usia  | 19.6%       | 40.2%    | .5%                | 39.7%       | 100.0% |
|      |       | Residual       | -2.7        | 6.1      | -3.3               | -.1         |        |
|      |       | Std. Residual  | -.4         | .7       | -1.6               | .0          |        |
|      | 23-29 | Count          | 38          | 53       | 5                  | 72          | 168    |
|      |       | Expected Count | 35.3        | 62.2     | 3.8                | 66.8        | 168.0  |
|      |       | % within Usia  | 22.6%       | 31.5%    | 3.0%               | 42.9%       | 100.0% |
|      |       | Residual       | 2.7         | -9.2     | 1.2                | 5.2         |        |
|      |       | Std. Residual  | .5          | -1.2     | .6                 | .6          |        |
|      | 30-39 | Count          | 7           | 16       | 3                  | 12          | 38     |
|      |       | Expected Count | 8.0         | 14.1     | .9                 | 15.1        | 38.0   |
|      |       | % within Usia  | 18.4%       | 42.1%    | 7.9%               | 31.6%       | 100.0% |
|      |       | Residual       | -1.0        | 1.9      | 2.1                | -3.1        |        |
|      |       | Std. Residual  | -.3         | .5       | 2.3                | -.8         |        |
|      | 40-50 | Count          | 2           | 3        | 0                  | 0           | 5      |
|      |       | Expected Count | 1.0         | 1.8      | .1                 | 2.0         | 5.0    |
|      |       | % within Usia  | 40.0%       | 60.0%    | .0%                | .0%         | 100.0% |
|      |       | Residual       | 1.0         | 1.2      | -.1                | -2.0        |        |
|      |       | Std. Residual  | .9          | .8       | -.3                | -1.4        |        |
|      | Total | Count          | 84          | 148      | 9                  | 159         | 400    |
|      |       | Expected Count | 84.0        | 148.0    | 9.0                | 159.0       | 400.0  |
|      |       | % within Usia  | 21.0%       | 37.0%    | 2.2%               | 39.8%       | 100.0% |

### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 15.640 <sup>a</sup> | 9  | .075                  |
| Likelihood Ratio             | 16.478              | 9  | .058                  |
| Linear-by-Linear Association | .530                | 1  | .467                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 7 cells (43.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

Bar Chart



### Pendidikan \* Hari Paling Sering

Crosstab

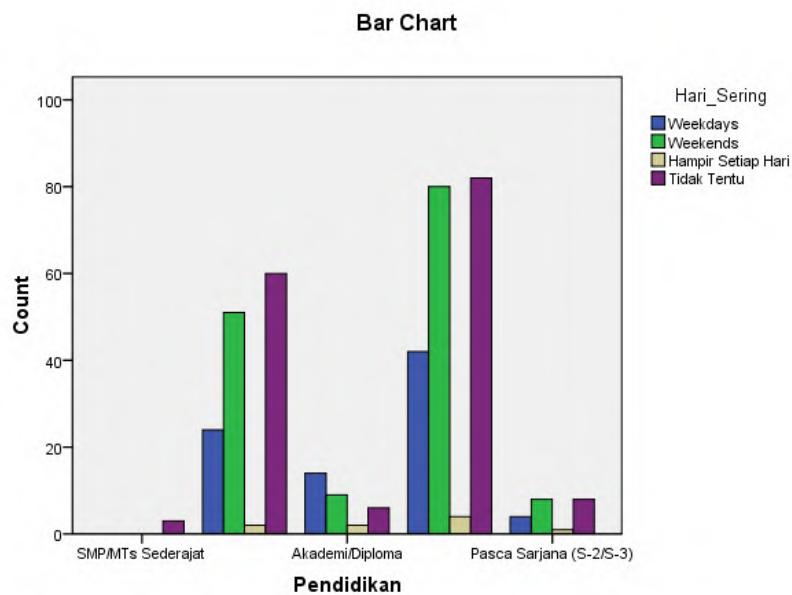
|                |           |                     | Hari_Sering |          |                    |             | Total  |
|----------------|-----------|---------------------|-------------|----------|--------------------|-------------|--------|
|                |           |                     | Weekdays    | Weekends | Hampir Setiap Hari | Tidak Tentu |        |
| Pendi<br>dikan | SMP/      | Count               | 0           | 0        | 0                  | 3           | 3      |
|                | MTs       | Expected            |             |          |                    |             |        |
|                | Sederajat | Count               | .6          | 1.1      | .1                 | 1.2         | 3.0    |
|                |           | % within Pendidikan | .0%         | .0%      | .0%                | 100.0%      | 100.0% |
|                |           | Residual            | -.6         | -1.1     | .0                 | 1.8         |        |
|                |           | Std. Residual       | -.8         | -1.1     | -.3                | 1.7         |        |

|                                  |                        |       |       |      |       |        |
|----------------------------------|------------------------|-------|-------|------|-------|--------|
| SMA/<br>MAN/<br>SMK<br>Sederajat | Count                  | 24    | 51    | 2    | 60    | 137    |
|                                  | Expected<br>Count      | 28.8  | 50.7  | 3.1  | 54.5  | 137.0  |
|                                  | % within<br>Pendidikan | 17.5% | 37.2% | 1.5% | 43.8% | 100.0% |
|                                  | Residual               | -4.8  | .3    | -1.1 | 5.5   |        |
|                                  | Std. Residual          | -.9   | .0    | -.6  | .8    |        |
| Akademi/<br>Diploma              | Count                  | 14    | 9     | 2    | 6     | 31     |
|                                  | Expected<br>Count      | 6.5   | 11.5  | .7   | 12.3  | 31.0   |
|                                  | % within<br>Pendidikan | 45.2% | 29.0% | 6.5% | 19.4% | 100.0% |
|                                  | Residual               | 7.5   | -2.5  | 1.3  | -6.3  |        |
|                                  | Std. Residual          | 2.9   | -.7   | 1.6  | -1.8  |        |
| Sarjana<br>(S-1)                 | Count                  | 42    | 80    | 4    | 82    | 208    |
|                                  | Expected<br>Count      | 43.7  | 77.0  | 4.7  | 82.7  | 208.0  |
|                                  | % within<br>Pendidikan | 20.2% | 38.5% | 1.9% | 39.4% | 100.0% |
|                                  | Residual               | -1.7  | 3.0   | -.7  | -.7   |        |
|                                  | Std. Residual          | -.3   | .3    | -.3  | .0    |        |
| Pasca<br>Sarjana<br>(S-2/S-3)    | Count                  | 4     | 8     | 1    | 8     | 21     |
|                                  | Expected<br>Count      | 4.4   | 7.8   | .5   | 8.3   | 21.0   |
|                                  | % within<br>Pendidikan | 19.0% | 38.1% | 4.8% | 38.1% | 100.0% |
|                                  | Residual               | -.4   | .2    | .5   | -.3   |        |
|                                  | Std. Residual          | -.2   | .1    | .8   | -.1   |        |
| Total                            | Count                  | 84    | 148   | 9    | 159   | 400    |
|                                  | Expected<br>Count      | 84.0  | 148.0 | 9.0  | 159.0 | 400.0  |
|                                  | % within<br>Pendidikan | 21.0% | 37.0% | 2.2% | 39.8% | 100.0% |

### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 22.047 <sup>a</sup> | 12 | .037                  |
| Likelihood Ratio             | 20.808              | 12 | .053                  |
| Linear-by-Linear Association | .881                | 1  | .348                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 9 cells (45.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.



### Pekerjaan \* Hari Paling Sering

#### Crosstab

|                          | Hari_Sering |          |                    |             | Total  |
|--------------------------|-------------|----------|--------------------|-------------|--------|
|                          | Weekdays    | Weekends | Hampir Setiap Hari | Tidak Tentu |        |
| Pekerja Pegawai Count    | 2           | 2        | 1                  | 8           | 13     |
| an Negeri Expected Count | 2.7         | 4.8      | .3                 | 5.2         | 13.0   |
| % within Pekerjaan       | 15.4%       | 15.4%    | 7.7%               | 61.5%       | 100.0% |
| Residual                 | -.7         | -2.8     | .7                 | 2.8         |        |
| Std. Residual            | -.4         | -1.3     | 1.3                | 1.2         |        |

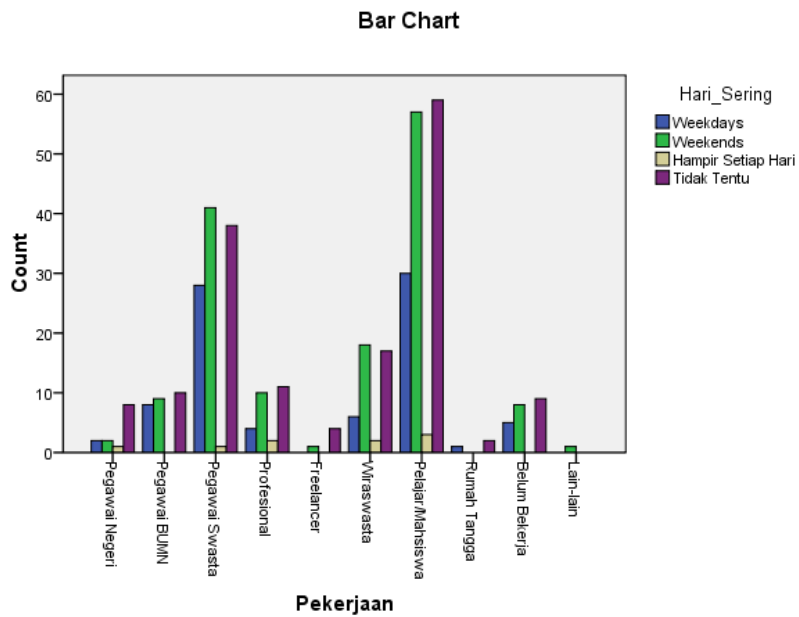
|                          |                       |       |       |      |       |        |
|--------------------------|-----------------------|-------|-------|------|-------|--------|
| Pegawai<br>BUMN          | Count                 | 8     | 9     | 0    | 10    | 27     |
|                          | Expected<br>Count     | 5.7   | 10.0  | .6   | 10.7  | 27.0   |
|                          | % within<br>Pekerjaan | 29.6% | 33.3% | .0%  | 37.0% | 100.0% |
|                          | Residual              | 2.3   | -1.0  | -.6  | -.7   |        |
|                          | Std. Residual         | 1.0   | -.3   | -.8  | -.2   |        |
| Pegawai<br>Swasta        | Count                 | 28    | 41    | 1    | 38    | 108    |
|                          | Expected<br>Count     | 22.8  | 39.9  | 2.4  | 42.9  | 108.0  |
|                          | % within<br>Pekerjaan | 25.9% | 38.0% | .9%  | 35.2% | 100.0% |
|                          | Residual              | 5.2   | 1.1   | -1.4 | -4.9  |        |
|                          | Std. Residual         | 1.1   | .2    | -.9  | -.7   |        |
| Profesio<br>nal          | Count                 | 4     | 10    | 2    | 11    | 27     |
|                          | Expected<br>Count     | 5.7   | 10.0  | .6   | 10.7  | 27.0   |
|                          | % within<br>Pekerjaan | 14.8% | 37.0% | 7.4% | 40.7% | 100.0% |
|                          | Residual              | -1.7  | .0    | 1.4  | .3    |        |
|                          | Std. Residual         | -.7   | .0    | 1.8  | .1    |        |
| Freelan<br>cer           | Count                 | 0     | 1     | 0    | 4     | 5      |
|                          | Expected<br>Count     | 1.1   | 1.8   | .1   | 2.0   | 5.0    |
|                          | % within<br>Pekerjaan | .0%   | 20.0% | .0%  | 80.0% | 100.0% |
|                          | Residual              | -1.1  | -.8   | -.1  | 2.0   |        |
|                          | Std. Residual         | -1.0  | -.6   | -.3  | 1.4   |        |
| Wirasw<br>asta           | Count                 | 6     | 18    | 2    | 17    | 43     |
|                          | Expected<br>Count     | 9.1   | 15.9  | 1.0  | 17.1  | 43.0   |
|                          | % within<br>Pekerjaan | 14.0% | 41.9% | 4.7% | 39.5% | 100.0% |
|                          | Residual              | -3.1  | 2.1   | 1.0  | .0    |        |
|                          | Std. Residual         | -1.0  | .5    | 1.0  | .0    |        |
| Pelajar/<br>Mahsis<br>wa | Count                 | 30    | 57    | 3    | 59    | 149    |
|                          | Expected<br>Count     | 31.4  | 55.0  | 3.4  | 59.2  | 149.0  |
|                          | % within<br>Pekerjaan | 20.1% | 38.3% | 2.0% | 39.6% | 100.0% |
|                          | Residual              | -1.4  | 2.0   | -.4  | -.2   |        |

|                  |                       |  |       |        |      |       |        |
|------------------|-----------------------|--|-------|--------|------|-------|--------|
|                  | Std. Residual         |  | -.3   | .3     | -.2  | .0    |        |
| Rumah<br>Tangga  | Count                 |  | 1     | 0      | 0    | 2     | 3      |
|                  | Expected<br>Count     |  | .6    | 1.1    | .1   | 1.2   | 3.0    |
|                  | % within<br>Pekerjaan |  | 33.3% | .0%    | .0%  | 66.7% | 100.0% |
|                  | Residual              |  | .4    | -1.1   | .0   | .8    |        |
|                  | Std. Residual         |  | .5    | -1.1   | -.3  | .7    |        |
| Belum<br>Bekerja | Count                 |  | 5     | 8      | 0    | 9     | 22     |
|                  | Expected<br>Count     |  | 4.6   | 8.1    | .5   | 8.7   | 22.0   |
|                  | % within<br>Pekerjaan |  | 22.7% | 36.4%  | .0%  | 40.9% | 100.0% |
|                  | Residual              |  | .4    | -.1    | -.5  | .3    |        |
|                  | Std. Residual         |  | .2    | .0     | -.7  | .1    |        |
| Lain-<br>lain    | Count                 |  | 0     | 1      | 0    | 0     | 1      |
|                  | Expected<br>Count     |  | .2    | .4     | .0   | .4    | 1.0    |
|                  | % within<br>Pekerjaan |  | .0%   | 100.0% | .0%  | .0%   | 100.0% |
|                  | Residual              |  | -.2   | .6     | .0   | -.4   |        |
|                  | Std. Residual         |  | -.5   | 1.0    | -.2  | -.6   |        |
| Total            | Count                 |  | 84    | 147    | 9    | 158   | 398    |
|                  | Expected<br>Count     |  | 84.0  | 147.0  | 9.0  | 158.0 | 398.0  |
|                  | % within<br>Pekerjaan |  | 21.1% | 36.9%  | 2.3% | 39.7% | 100.0% |

#### Chi-Square Tests

|                                 | Value               | df | Asymp. Sig. (2-<br>sided) |
|---------------------------------|---------------------|----|---------------------------|
| Pearson Chi-Square              | 23.450 <sup>a</sup> | 27 | .661                      |
| Likelihood Ratio                | 25.097              | 27 | .569                      |
| Linear-by-Linear<br>Association | .120                | 1  | .729                      |
| N of Valid Cases                | 398                 |    |                           |

a. 22 cells (55.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.



### Pengeluaran \* Hari Paling Sering

|  |                      | Hari_Sering |          |                    |             | Total  |
|--|----------------------|-------------|----------|--------------------|-------------|--------|
|  |                      | Weekdays    | Weekends | Hampir Setiap Hari | Tidak Tentu |        |
| Penge <Rp<br>luaran 1.000.000,<br>00               | Count                | 12          | 44       | 1                  | 40          | 97     |
|  | Expected Count       | 20.4        | 35.9     | 2.2                | 38.6        | 97.0   |
|  | % within Pengeluaran | 12.4%       | 45.4%    | 1.0%               | 41.2%       | 100.0% |
|  | Residual             | -8.4        | 8.1      | -1.2               | 1.4         |        |
|  | Std. Residual        | -1.9        | 1.4      | -.8                | .2          |        |
| Rp<br>1.000.000,<br>00 –<br>Rp<br>5.000.000,<br>00 | Count                | 69          | 86       | 8                  | 105         | 268    |
|  | Expected Count       | 56.3        | 99.2     | 6.0                | 106.5       | 268.0  |
|  | % within Pengeluaran | 25.7%       | 32.1%    | 3.0%               | 39.2%       | 100.0% |
|  | Residual             | 12.7        | -13.2    | 2.0                | -1.5        |        |
|  | Std. Residual        | 1.7         | -1.3     | .8                 | -.1         |        |

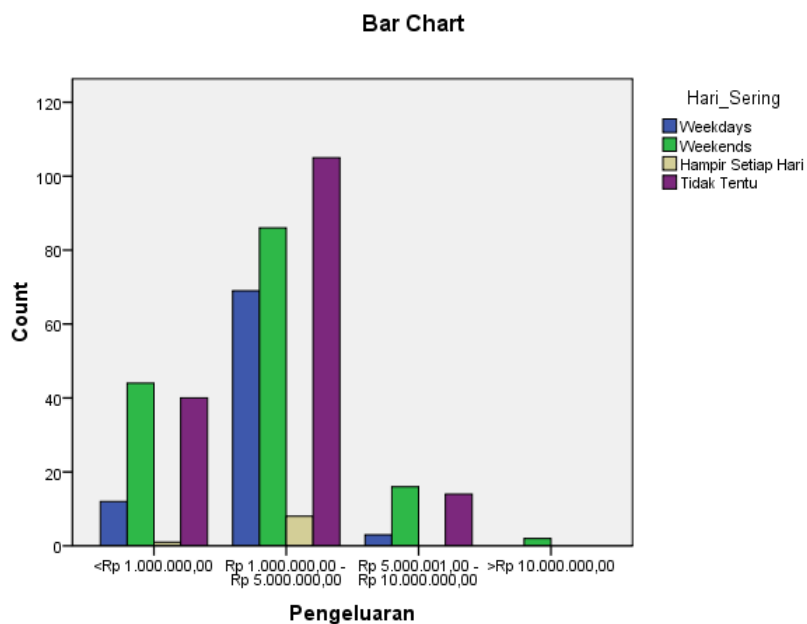
|   |                         |       |        |      |       |        |
|---|-------------------------|-------|--------|------|-------|--------|
| Rp<br>5.000.001,<br>00 –<br>Rp<br>10.000.000<br>,00 | Count                   | 3     | 16     | 0    | 14    | 33     |
|   | Expected<br>Count       | 6.9   | 12.2   | .7   | 13.1  | 33.0   |
|   | % within<br>Pengeluaran | 9.1%  | 48.5%  | .0%  | 42.4% | 100.0% |
|   | Residual                | -3.9  | 3.8    | -.7  | .9    |        |
|   | Std. Residual           | -1.5  | 1.1    | -.9  | .2    |        |
| >Rp<br>10.000.000<br>,00                            | Count                   | 0     | 2      | 0    | 0     | 2      |
|   | Expected<br>Count       | .4    | .7     | .0   | .8    | 2.0    |
|   | % within<br>Pengeluaran | .0%   | 100.0% | .0%  | .0%   | 100.0% |
|   | Residual                | -.4   | 1.3    | .0   | -.8   |        |
|   | Std. Residual           | -.6   | 1.5    | -.2  | -.9   |        |
| Total   | Count                   | 84    | 148    | 9    | 159   | 400    |
|   | Expected<br>Count       | 84.0  | 148.0  | 9.0  | 159.0 | 400.0  |
|   | % within<br>Pengeluaran | 21.0% | 37.0%  | 2.2% | 39.8% | 100.0% |

#### Chi-Square Tests

|                                 | Value               | df | Asymp. Sig. (2-<br>sided) |
|---------------------------------|---------------------|----|---------------------------|
| Pearson Chi-Square              | 18.866 <sup>a</sup> | 9  | .026                      |
| Likelihood Ratio                | 21.148              | 9  | .012                      |
| Linear-by-Linear<br>Association | .303                | 1  | .582                      |
| N of Valid Cases                | 400                 |    |                           |

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.





### Tempat Tinggal \* Hari Paling Sering

**Crosstab**

|                |                |                         | Hari_Sering |          |                    |             | Total  |
|----------------|----------------|-------------------------|-------------|----------|--------------------|-------------|--------|
|                |                |                         | Weekdays    | Weekends | Hampir Setiap Hari | Tidak Tentu |        |
| Tempat tinggal | Surabaya Pusat | Count                   | 6           | 21       | 5                  | 18          | 50     |
|                |                | Expected Count          | 10.5        | 18.5     | 1.1                | 19.9        | 50.0   |
|                |                | % within Tempat tinggal | 12.0%       | 42.0%    | 10.0%              | 36.0%       | 100.0% |
|                |                | Residual                | -4.5        | 2.5      | 3.9                | -1.9        |        |
|                |                | Std. Residual           | -1.4        | .6       | 3.7                | -.4         |        |
|                | Surabaya Timur | Count                   | 34          | 52       | 0                  | 30          | 116    |
|                |                | Expected Count          | 24.4        | 42.9     | 2.6                | 46.1        | 116.0  |
|                |                | % within Tempat tinggal | 29.3%       | 44.8%    | .0%                | 25.9%       | 100.0% |
|                |                | Residual                | 9.6         | 9.1      | -2.6               | -16.1       |        |
|                |                | Std. Residual           | 2.0         | 1.4      | -1.6               | -2.4        |        |
|                | Surabaya Barat | Count                   | 8           | 18       | 0                  | 25          | 51     |
|                |                | Expected Count          | 10.7        | 18.9     | 1.1                | 20.3        | 51.0   |
|                |                | % within Tempat tinggal | 15.7%       | 35.3%    | .0%                | 49.0%       | 100.0% |
|                |                | Residual                | -2.7        | -.9      | -1.1               | 4.7         |        |

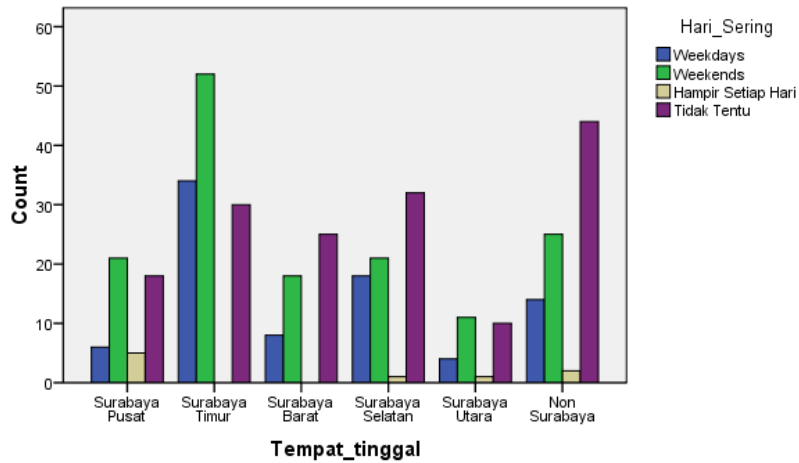
|                  |                         |       |       |      |       |        |
|------------------|-------------------------|-------|-------|------|-------|--------|
|                  | Std. Residual           | - .8  | - .2  | -1.1 | 1.0   |        |
| Surabaya Selatan | Count                   | 18    | 21    | 1    | 32    | 72     |
|                  | Expected Count          | 15.1  | 26.6  | 1.6  | 28.6  | 72.0   |
|                  | % within Tempat_tinggal | 25.0% | 29.2% | 1.4% | 44.4% | 100.0% |
|                  | Residual                | 2.9   | -5.6  | -.6  | 3.4   |        |
|                  | Std. Residual           | .7    | -1.1  | -.5  | .6    |        |
| Surabaya Utara   | Count                   | 4     | 11    | 1    | 10    | 26     |
|                  | Expected Count          | 5.5   | 9.6   | .6   | 10.3  | 26.0   |
|                  | % within Tempat_tinggal | 15.4% | 42.3% | 3.8% | 38.5% | 100.0% |
|                  | Residual                | -1.5  | 1.4   | .4   | -.3   |        |
|                  | Std. Residual           | -.6   | .4    | .5   | -.1   |        |
| Non Surabaya     | Count                   | 14    | 25    | 2    | 44    | 85     |
|                  | Expected Count          | 17.8  | 31.4  | 1.9  | 33.8  | 85.0   |
|                  | % within Tempat_tinggal | 16.5% | 29.4% | 2.4% | 51.8% | 100.0% |
|                  | Residual                | -3.9  | -6.4  | .1   | 10.2  |        |
|                  | Std. Residual           | -.9   | -1.2  | .1   | 1.8   |        |
| Total            | Count                   | 84    | 148   | 9    | 159   | 400    |
|                  | Expected Count          | 84.0  | 148.0 | 9.0  | 159.0 | 400.0  |
|                  | % within Tempat_tinggal | 21.0% | 37.0% | 2.2% | 39.8% | 100.0% |

#### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 41.257 <sup>a</sup> | 15 | .000                  |
| Likelihood Ratio             | 39.391              | 15 | .001                  |
| Linear-by-Linear Association | 7.489               | 1  | .006                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 6 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .59.

Bar Chart



### Intensitas \* Hari Paling Sering

Crosstab

|               |                     | Hari_Sering |          |                    |             | Total  |
|---------------|---------------------|-------------|----------|--------------------|-------------|--------|
|               |                     | Weekdays    | Weekends | Hampir Setiap Hari | Tidak Tentu |        |
| Intensitas >3 | Count               | 52          | 67       | 0                  | 98          | 217    |
|               | Expected Count      | 45.6        | 80.3     | 4.9                | 86.3        | 217.0  |
|               | % within Intensitas | 24.0%       | 30.9%    | .0%                | 45.2%       | 100.0% |
|               | Residual            | 6.4         | -13.3    | -4.9               | 11.7        |        |
|               | Std. Residual       | 1.0         | -1.5     | -2.2               | 1.3         |        |
| 3-5           | Count               | 29          | 43       | 1                  | 48          | 121    |
|               | Expected Count      | 25.4        | 44.8     | 2.7                | 48.1        | 121.0  |
|               | % within Intensitas | 24.0%       | 35.5%    | .8%                | 39.7%       | 100.0% |
|               | Residual            | 3.6         | -1.8     | -1.7               | .0          |        |
|               | Std. Residual       | .7          | -.3      | -1.0               | .0          |        |
| 6-9           | Count               | 2           | 19       | 1                  | 10          | 32     |
|               | Expected Count      | 6.7         | 11.8     | .7                 | 12.7        | 32.0   |
|               | % within Intensitas | 6.2%        | 59.4%    | 3.1%               | 31.2%       | 100.0% |
|               | Residual            | -4.7        | 7.2      | .3                 | -2.7        |        |
|               | Std. Residual       | -1.8        | 2.1      | .3                 | -.8         |        |
| 10-15         | Count               | 0           | 9        | 3                  | 2           | 14     |
|               | Expected Count      | 2.9         | 5.2      | .3                 | 5.6         | 14.0   |
|               | % within Intensitas | .0%         | 64.3%    | 21.4%              | 14.3%       | 100.0% |
|               | Residual            | -2.9        | 3.8      | 2.7                | -3.6        |        |

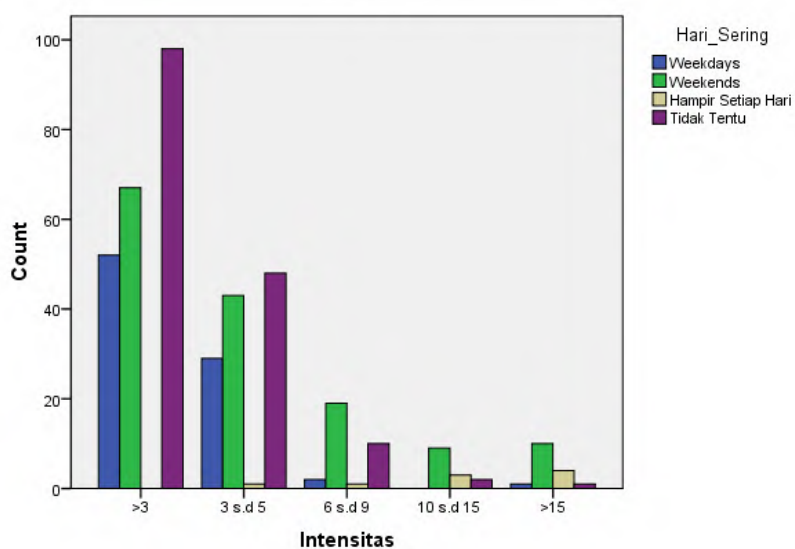
|       |                     |       |       |       |       |        |
|-------|---------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
|       | Std. Residual       | -1.7  | 1.7   | 4.8   | -1.5  |        |
| >15   | Count               | 1     | 10    | 4     | 1     | 16     |
|       | Expected Count      | 3.4   | 5.9   | .4    | 6.4   | 16.0   |
|       | % within Intensitas | 6.2%  | 62.5% | 25.0% | 6.2%  | 100.0% |
|       | Residual            | -2.4  | 4.1   | 3.6   | -5.4  |        |
|       | Std. Residual       | -1.3  | 1.7   | 6.1   | -2.1  |        |
| Total | Count               | 84    | 148   | 9     | 159   | 400    |
|       | Expected Count      | 84.0  | 148.0 | 9.0   | 159.0 | 400.0  |
|       | % within Intensitas | 21.0% | 37.0% | 2.2%  | 39.8% | 100.0% |

### Chi-Square Tests

|                              | Value               | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square           | 96.309 <sup>a</sup> | 12 | .000                  |
| Likelihood Ratio             | 68.460              | 12 | .000                  |
| Linear-by-Linear Association | 1.452               | 1  | .228                  |
| N of Valid Cases             | 400                 |    |                       |

a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .32.

Bar Chart



## Lampiran 4 : Deskripsi Jawaban Responden

### Descriptives

#### Descriptive Statistics

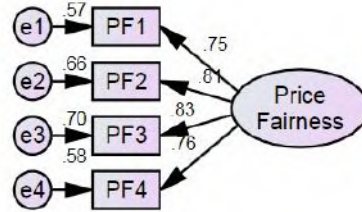
|                    | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
| PF1                | 400 | 3       | 7       | 5.43 | .729           |
| PF2                | 400 | 3       | 7       | 5.43 | .722           |
| PF3                | 400 | 3       | 7       | 5.43 | .705           |
| PF4                | 400 | 2       | 7       | 5.43 | .756           |
| SQ1                | 400 | 4       | 7       | 5.45 | .569           |
| SQ2                | 400 | 4       | 7       | 5.42 | .538           |
| SQ3                | 400 | 4       | 7       | 5.39 | .536           |
| SQ4                | 400 | 4       | 7       | 5.47 | .529           |
| SQ5                | 400 | 4       | 7       | 5.50 | .530           |
| SQ6                | 400 | 4       | 7       | 5.47 | .524           |
| SQ7                | 400 | 4       | 7       | 5.45 | .532           |
| SQ8                | 400 | 4       | 7       | 5.44 | .550           |
| SQ9                | 400 | 4       | 7       | 5.44 | .541           |
| SQ10               | 400 | 4       | 7       | 5.44 | .540           |
| SQ11               | 400 | 4       | 7       | 5.43 | .511           |
| SQ12               | 400 | 4       | 7       | 5.49 | .553           |
| SQ13               | 400 | 4       | 7       | 5.53 | .548           |
| SQ14               | 400 | 4       | 7       | 5.50 | .539           |
| SQ15               | 400 | 4       | 7       | 5.50 | .535           |
| SQ16               | 400 | 4       | 7       | 5.48 | .543           |
| CS1                | 400 | 4       | 7       | 5.37 | .666           |
| CS2                | 400 | 3       | 7       | 5.40 | .664           |
| CS3                | 400 | 4       | 7       | 5.47 | .636           |
| CL1                | 400 | 4       | 7       | 5.50 | .641           |
| CL2                | 400 | 4       | 7       | 5.50 | .613           |
| CL3                | 400 | 3       | 7       | 5.54 | .620           |
| CL4                | 400 | 4       | 7       | 5.53 | .644           |
| CL5                | 400 | 3       | 7       | 5.50 | .697           |
| Valid N (listwise) | 400 |         |         |      |                |

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

## Lampiran 5 : Output Hasil *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

### CFA Price Fairness

Goodness Of Fit:  
 Chi-Square = 9.666  
 Cmin/df = 4.833  
 Probabilitas = .008  
 RMSEA = .098  
 GFI = .988  
 AGFI = .942  
 CFI = .990  
 TLI = .970



### **Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

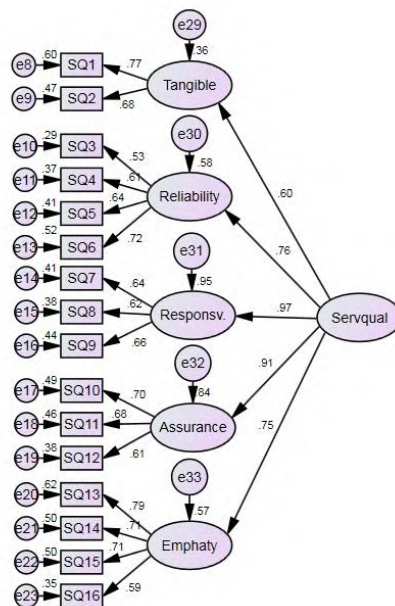
|          |                | Estimate | S.E. | C.R.   | P   | Label |
|----------|----------------|----------|------|--------|-----|-------|
| PF3 <--- | Price_Fairness | 1.070    | .068 | 15.632 | *** | par_1 |
| PF2 <--- | Price_Fairness | 1.065    | .067 | 15.893 | *** | par_2 |
| PF1 <--- | Price_Fairness | 1.000    |      |        |     |       |
| PF4 <--- | Price_Fairness | 1.051    | .072 | 14.695 | *** | par_3 |

### **Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|          |                | Estimate |
|----------|----------------|----------|
| PF3 <--- | Price_Fairness | .834     |
| PF2 <--- | Price_Fairness | .810     |
| PF1 <--- | Price_Fairness | .754     |
| PF4 <--- | Price_Fairness | .764     |

### CFA Service Quality

Goodness Of Fit:  
 Chi-Square = 283.083  
 Cmin/df = 2.859  
 Probabilitas = .000  
 RMSEA = .068  
 GFI = .914  
 AGFI = .881  
 CFI = .911  
 TLI = .892



**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|             |      |             | Estimate | S.E. | C.R.   | P   | Label  |
|-------------|------|-------------|----------|------|--------|-----|--------|
| Tangible    | <--- | Servqual    | .262     | .030 | 8.780  | *** | par_12 |
| Reliability | <--- | Servqual    | .217     | .025 | 8.741  | *** | par_13 |
| Assurance   | <--- | Servqual    | .347     | .027 | 12.640 | *** | par_14 |
| Emphaty     | <--- | Servqual    | .324     | .027 | 12.108 | *** | par_15 |
| Responsv.   | <--- | Servqual    | .330     | .028 | 11.959 | *** | par_16 |
| SQ5         | <--- | Reliability | 1.181    | .140 | 8.463  | *** | par_1  |
| SQ4         | <--- | Reliability | 1.119    | .131 | 8.559  | *** | par_2  |
| SQ3         | <--- | Reliability | 1.000    |      |        |     |        |
| SQ15        | <--- | Emphaty     | .878     | .066 | 13.229 | *** | par_3  |
| SQ14        | <--- | Emphaty     | .885     | .067 | 13.229 | *** | par_4  |
| SQ13        | <--- | Emphaty     | 1.000    |      |        |     |        |
| SQ16        | <--- | Emphaty     | .744     | .068 | 10.963 | *** | par_5  |
| SQ2         | <--- | Tangible    | .836     | .104 | 8.024  | *** | par_6  |
| SQ1         | <--- | Tangible    | 1.000    |      |        |     |        |
| SQ6         | <--- | Reliability | 1.323    | .150 | 8.829  | *** | par_7  |
| SQ9         | <--- | Responsv.   | 1.053    | .104 | 10.153 | *** | par_8  |
| SQ8         | <--- | Responsv.   | .999     | .100 | 10.015 | *** | par_9  |
| SQ7         | <--- | Responsv.   | 1.000    |      |        |     |        |
| SQ12        | <--- | Assurance   | .893     | .089 | 10.016 | *** | par_10 |
| SQ11        | <--- | Assurance   | .908     | .081 | 11.199 | *** | par_11 |
| SQ10        | <--- | Assurance   | 1.000    |      |        |     |        |

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

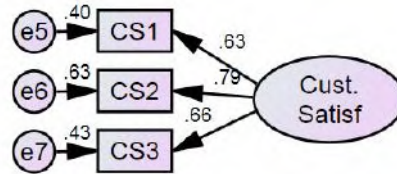
|             |      |             | Estimate |
|-------------|------|-------------|----------|
| Tangible    | <--- | Servqual    | .597     |
| Reliability | <--- | Servqual    | .759     |
| Assurance   | <--- | Servqual    | .914     |
| Emphaty     | <--- | Servqual    | .754     |
| Responsv.   | <--- | Servqual    | .972     |
| SQ5         | <--- | Reliability | .639     |
| SQ4         | <--- | Reliability | .607     |
| SQ3         | <--- | Reliability | .535     |
| SQ15        | <--- | Emphaty     | .708     |
| SQ14        | <--- | Emphaty     | .707     |
| SQ13        | <--- | Emphaty     | .787     |
| SQ16        | <--- | Emphaty     | .590     |
| SQ2         | <--- | Tangible    | .683     |
| SQ1         | <--- | Tangible    | .773     |
| SQ6         | <--- | Reliability | .724     |
| SQ9         | <--- | Responsv.   | .663     |
| SQ8         | <--- | Responsv.   | .618     |
| SQ7         | <--- | Responsv.   | .639     |



|      |      |           | Estimate |
|------|------|-----------|----------|
| SQ12 | <--- | Assurance | .614     |
| SQ11 | <--- | Assurance | .676     |
| SQ10 | <--- | Assurance | .704     |

### **CFA Customer Satisfaction**

Goodness Of Fit:  
Chi-Square = .000  
Cmin/df = \cmindf  
Probabilitas = \p  
RMSEA = \rmsea  
GFI = 1.000  
AGFI = \agfi  
CFI = \cfi  
TLI = \tli



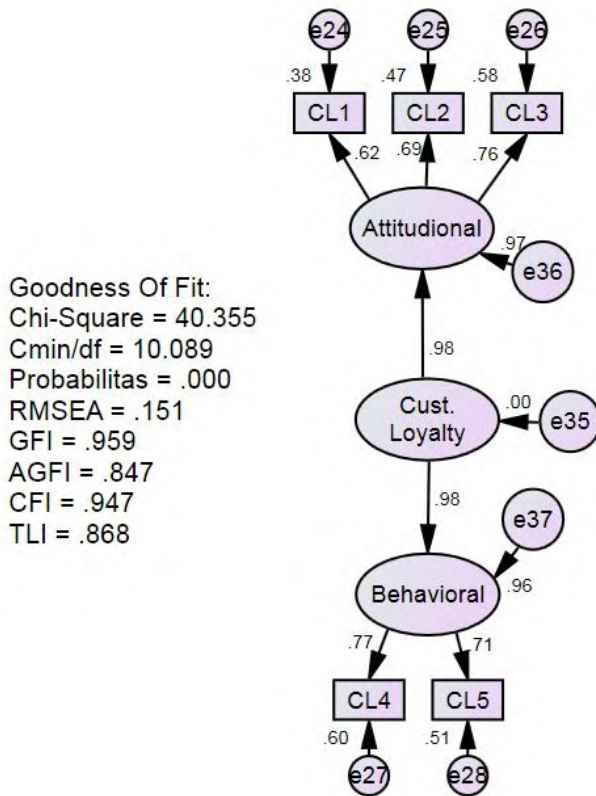
### **Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|     |      |              | Estimate | S.E. | C.R.  | P   | Label |
|-----|------|--------------|----------|------|-------|-----|-------|
| CS2 | <--- | Cust._Satisf | 1.256    | .139 | 9.009 | *** | par_1 |
| CS3 | <--- | Cust._Satisf | .994     | .106 | 9.387 | *** | par_2 |
| CS1 | <--- | Cust._Satisf | 1.000    |      |       |     |       |

### **Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|     |      |              | Estimate |
|-----|------|--------------|----------|
| CS2 | <--- | Cust._Satisf | .794     |
| CS3 | <--- | Cust._Satisf | .655     |
| CS1 | <--- | Cust._Satisf | .629     |

### CFA Customer Loyalty



#### **Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|             |      |               | Estimate | S.E. | C.R.   | P   | Label |
|-------------|------|---------------|----------|------|--------|-----|-------|
| Behavioral  | <--- | Cust._Loyalty | .485     | .032 | 15.305 | *** | par_4 |
| Attitudinal | <--- | Cust._Loyalty | .390     | .033 | 11.742 | *** | par_5 |
| CL5         | <--- | Behavioral    | .999     | .078 | 12.874 | *** | par_1 |
| CL4         | <--- | Behavioral    | 1.000    |      |        |     |       |
| CL1         | <--- | Attitudinal   | 1.000    |      |        |     |       |
| CL2         | <--- | Attitudinal   | 1.060    | .096 | 11.060 | *** | par_2 |
| CL3         | <--- | Attitudinal   | 1.186    | .112 | 10.558 | *** | par_3 |

#### **Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|             |      |               | Estimate |
|-------------|------|---------------|----------|
| Behavioral  | <--- | Cust._Loyalty | .978     |
| Attitudinal | <--- | Cust._Loyalty | .984     |
| CL5         | <--- | Behavioral    | .712     |
| CL4         | <--- | Behavioral    | .772     |
| CL1         | <--- | Attitudinal   | .619     |
| CL2         | <--- | Attitudinal   | .686     |
| CL3         | <--- | Attitudinal   | .759     |

### Uji Reliabilitas

| Varibel/ Sub Variabel | Indikator | <i>SFL</i> | <i>SFL Kuadrat</i> | Error | <i>CR</i> | <i>AVE</i> |
|-----------------------|-----------|------------|--------------------|-------|-----------|------------|
| Price Fairness        | PF1       | 0.754      | 0.569              | 0.431 | 0.870     | 0.626      |
|                       | PF2       | 0.810      | 0.656              | 0.344 |           |            |
|                       | PF3       | 0.834      | 0.696              | 0.304 |           |            |
|                       | PF4       | 0.764      | 0.584              | 0.416 |           |            |
| Tangible              | SQ1       | 0.773      | 0.598              | 0.402 | 0.694     | 0.532      |
|                       | SQ2       | 0.683      | 0.466              | 0.534 |           |            |
| Reliability           | SQ3       | 0.535      | 0.286              | 0.714 | 0.722     | 0.397      |
|                       | SQ4       | 0.607      | 0.368              | 0.632 |           |            |
|                       | SQ5       | 0.639      | 0.408              | 0.592 |           |            |
|                       | SQ6       | 0.724      | 0.524              | 0.476 |           |            |
| Responsive ness       | SQ7       | 0.639      | 0.408              | 0.592 | 0.676     | 0.410      |
|                       | SQ8       | 0.618      | 0.382              | 0.618 |           |            |
|                       | SQ9       | 0.663      | 0.440              | 0.560 |           |            |
| Assurance             | SQ10      | 0.704      | 0.496              | 0.504 | 0.704     | 0.443      |
|                       | SQ11      | 0.676      | 0.457              | 0.543 |           |            |
|                       | SQ12      | 0.614      | 0.377              | 0.623 |           |            |
| Emphaty               | SQ13      | 0.787      | 0.619              | 0.381 | 0.793     | 0.492      |
|                       | SQ14      | 0.707      | 0.500              | 0.500 |           |            |
|                       | SQ15      | 0.708      | 0.501              | 0.499 |           |            |
|                       | SQ16      | 0.590      | 0.348              | 0.652 |           |            |
| Cust. Satisfaction    | CS1       | 0.629      | 0.396              | 0.604 | 0.736     | 0.485      |
|                       | CS2       | 0.794      | 0.630              | 0.370 |           |            |
|                       | CS3       | 0.655      | 0.429              | 0.571 |           |            |
| Attd                  | CL1       | 0.619      | 0.383              | 0.617 | 0.731     | 0.477      |
|                       | CL2       | 0.686      | 0.471              | 0.529 |           |            |
|                       | CL3       | 0.759      | 0.576              | 0.424 |           |            |
| Behav                 | CL4       | 0.772      | 0.596              | 0.404 | 0.711     | 0.551      |
|                       | CL5       | 0.712      | 0.507              | 0.493 |           |            |

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

**Lampiran 6 : Output Hasil Uji Asumsi Kelayakan Data**

**Uji Normalitas**

**Assessment of normality (Group number 1)**

| <i>Variable</i>     | <i>min</i> | <i>max</i> | <i>skew</i> | <i>c.r.</i> | <i>kurtosis</i> | <i>c.r.</i>   |
|---------------------|------------|------------|-------------|-------------|-----------------|---------------|
| CS1                 | 4.000      | 7.000      | .025        | .208        | -.218           | -.890         |
| CS2                 | 3.000      | 7.000      | -.032       | -.264       | .059            | .240          |
| CS3                 | 4.000      | 7.000      | .093        | .757        | -.239           | -.975         |
| CL3                 | 3.000      | 7.000      | -.048       | -.389       | .116            | .472          |
| CL2                 | 4.000      | 7.000      | .052        | .422        | -.332           | -1.354        |
| CL1                 | 4.000      | 7.000      | .076        | .619        | -.246           | -1.006        |
| CL4                 | 4.000      | 7.000      | .029        | .236        | -.248           | -1.014        |
| CL5                 | 3.000      | 7.000      | -.280       | -2.284      | .014            | .059          |
| SQ10                | 4.000      | 7.000      | .096        | .787        | -.970           | -3.962        |
| SQ11                | 4.000      | 7.000      | .226        | 1.844       | -1.511          | -6.170        |
| SQ12                | 4.000      | 7.000      | -.094       | -.769       | -.857           | -3.500        |
| SQ7                 | 4.000      | 7.000      | .240        | 1.956       | -1.086          | -4.434        |
| SQ8                 | 4.000      | 7.000      | .093        | .757        | -.830           | -3.387        |
| SQ9                 | 4.000      | 7.000      | -.009       | -.071       | -1.015          | -4.144        |
| SQ6                 | 4.000      | 7.000      | .078        | .633        | -1.338          | -5.463        |
| SQ1                 | 4.000      | 7.000      | -.008       | -.067       | -.646           | -2.636        |
| SQ2                 | 4.000      | 7.000      | .176        | 1.436       | -.928           | -3.787        |
| SQ16                | 4.000      | 7.000      | -.042       | -.340       | -1.001          | -4.086        |
| SQ13                | 4.000      | 7.000      | -.201       | -1.638      | -.881           | -3.597        |
| SQ14                | 4.000      | 7.000      | -.096       | -.784       | -1.068          | -4.359        |
| SQ15                | 4.000      | 7.000      | -.256       | -2.094      | -1.149          | -4.689        |
| PF4                 | 2.000      | 7.000      | -.581       | -4.741      | 1.456           | 5.944         |
| PF1                 | 3.000      | 7.000      | -.545       | -4.448      | .554            | 2.262         |
| PF2                 | 3.000      | 7.000      | -.294       | -2.404      | .267            | 1.090         |
| PF3                 | 3.000      | 7.000      | -.362       | -2.956      | .340            | 1.388         |
| SQ3                 | 4.000      | 7.000      | .076        | .622        | -.933           | -3.811        |
| SQ4                 | 4.000      | 7.000      | .028        | .228        | -1.249          | -5.098        |
| SQ5                 | 4.000      | 7.000      | .010        | .081        | -1.246          | -5.087        |
| <i>Multivariate</i> |            |            |             |             | <u>-6.955</u>   | <u>-1.697</u> |

## Uji Outlier

### **Mahalanobis Distances**

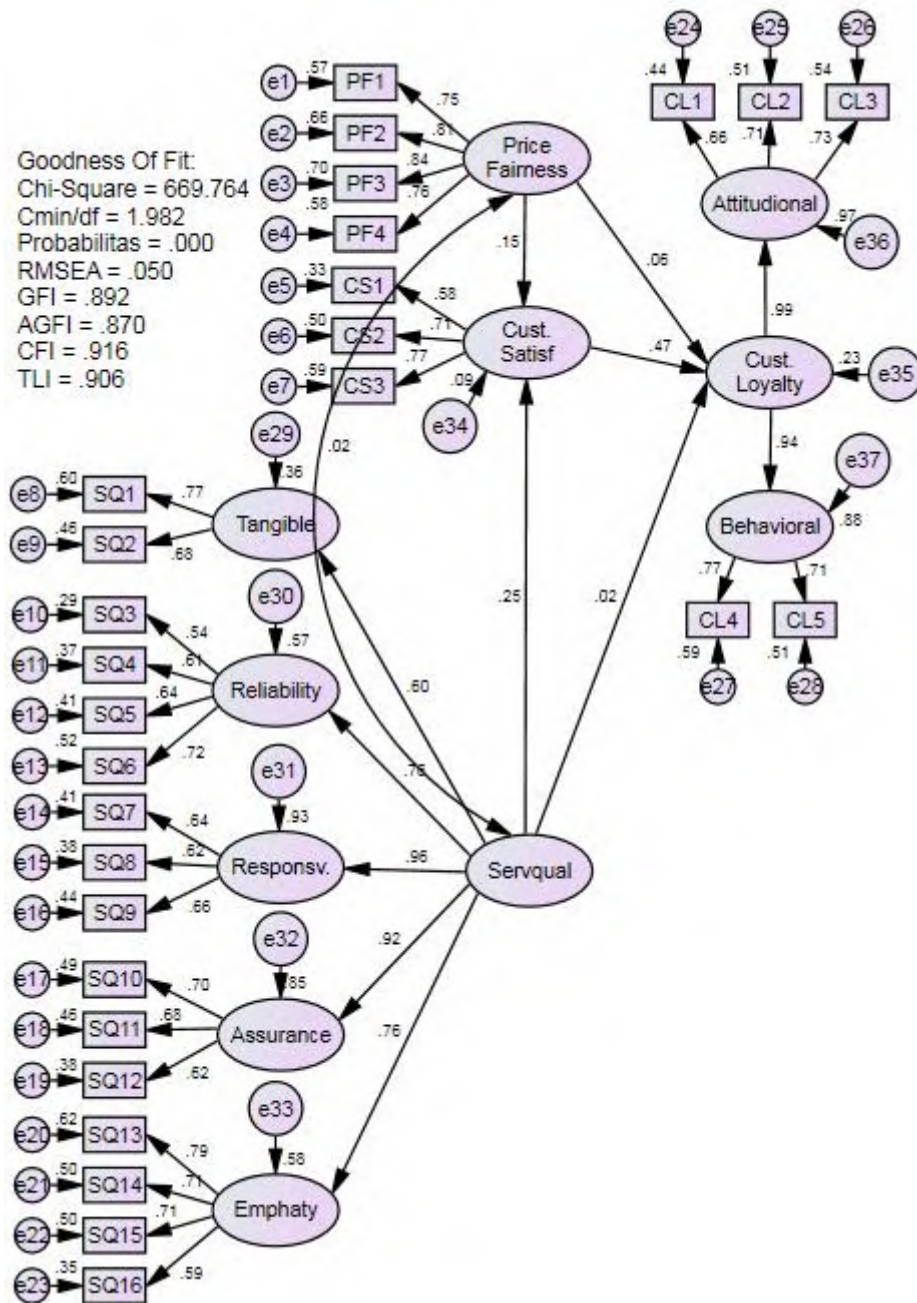
| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1   | p2    |
|--------------------|-----------------------|------|-------|
| 112                | 51.808                | .004 | .802  |
| 27                 | 50.134                | .006 | .714  |
| 231                | 48.272                | .010 | .764  |
| 319                | 44.065                | .027 | .995  |
| 61                 | 44.035                | .028 | .986  |
| 93                 | 43.583                | .031 | .983  |
| 48                 | 42.162                | .042 | .998  |
| 288                | 41.482                | .048 | .999  |
| 74                 | 40.915                | .055 | 1.000 |
| 187                | 40.502                | .060 | 1.000 |
| 347                | 40.091                | .065 | 1.000 |
| 25                 | 40.049                | .065 | .999  |
| 123                | 39.675                | .071 | 1.000 |
| 169                | 39.572                | .072 | .999  |
| 265                | 39.179                | .078 | 1.000 |
| 216                | 38.892                | .083 | 1.000 |
| 91                 | 38.785                | .084 | 1.000 |
| 364                | 38.780                | .085 | .999  |
| 121                | 38.461                | .090 | 1.000 |
| 134                | 38.323                | .092 | .999  |
| 75                 | 38.244                | .094 | .999  |
| 13                 | 38.157                | .095 | .999  |
| 97                 | 38.061                | .097 | .998  |
| 274                | 37.999                | .098 | .998  |
| 145                | 37.823                | .102 | .998  |
| 377                | 37.814                | .102 | .996  |
| 140                | 37.748                | .103 | .995  |
| 316                | 37.745                | .103 | .991  |
| 101                | 37.507                | .108 | .994  |
| 68                 | 37.327                | .112 | .994  |
| 150                | 36.956                | .120 | .998  |
| 107                | 36.715                | .125 | .999  |
| 242                | 36.581                | .128 | .999  |
| 375                | 36.534                | .129 | .998  |
| 96                 | 36.499                | .130 | .997  |
| 5                  | 36.435                | .132 | .996  |
| 218                | 36.279                | .136 | .997  |
| 193                | 36.199                | .138 | .996  |
| 141                | 36.186                | .138 | .994  |
| 356                | 36.170                | .138 | .991  |

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1   | p2   |
|--------------------|-----------------------|------|------|
| 185                | 36.143                | .139 | .988 |
| 103                | 35.940                | .144 | .991 |
| 287                | 35.916                | .145 | .988 |
| 50                 | 35.872                | .146 | .985 |
| 340                | 35.869                | .146 | .978 |
| 333                | 35.831                | .147 | .973 |
| 138                | 35.746                | .149 | .971 |
| 81                 | 35.703                | .150 | .965 |
| 110                | 35.573                | .154 | .968 |
| 240                | 35.507                | .156 | .964 |
| 49                 | 35.494                | .156 | .952 |
| 188                | 35.469                | .157 | .940 |
| 328                | 35.248                | .163 | .959 |
| 368                | 35.204                | .164 | .952 |
| 270                | 35.192                | .164 | .938 |
| 205                | 35.069                | .168 | .943 |
| 305                | 35.036                | .169 | .932 |
| 62                 | 35.016                | .169 | .917 |
| 345                | 34.941                | .172 | .913 |
| 151                | 34.828                | .175 | .918 |
| 105                | 34.826                | .175 | .896 |
| 293                | 34.749                | .177 | .893 |
| 116                | 34.680                | .179 | .887 |
| 215                | 34.627                | .181 | .877 |
| 178                | 34.528                | .184 | .881 |
| 196                | 34.507                | .185 | .860 |
| 99                 | 34.419                | .187 | .862 |
| 362                | 34.247                | .193 | .890 |
| 235                | 34.073                | .198 | .916 |
| 108                | 34.060                | .199 | .898 |
| 213                | 34.025                | .200 | .884 |
| 24                 | 34.017                | .200 | .860 |
| 171                | 34.011                | .201 | .832 |
| 217                | 33.986                | .201 | .809 |
| 294                | 33.984                | .201 | .774 |
| 366                | 33.941                | .203 | .756 |
| 199                | 33.769                | .209 | .802 |
| 12                 | 33.580                | .215 | .850 |
| 332                | 33.565                | .216 | .826 |
| 241                | 33.542                | .216 | .803 |
| 224                | 33.540                | .216 | .768 |
| 321                | 33.523                | .217 | .738 |

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1   | p2   |
|--------------------|-----------------------|------|------|
| 204                | 33.509                | .218 | .705 |
| 253                | 33.494                | .218 | .670 |
| 280                | 33.489                | .218 | .628 |
| 192                | 33.453                | .219 | .605 |
| 379                | 33.372                | .222 | .611 |
| 219                | 33.249                | .227 | .645 |
| 371                | 33.224                | .228 | .615 |
| 6                  | 33.158                | .230 | .612 |
| 346                | 33.092                | .232 | .611 |
| 225                | 32.976                | .237 | .641 |
| 337                | 32.928                | .238 | .628 |
| 289                | 32.843                | .242 | .639 |
| 63                 | 32.843                | .242 | .595 |
| 256                | 32.830                | .242 | .557 |
| 170                | 32.784                | .244 | .543 |
| 279                | 32.743                | .245 | .525 |
| 115                | 32.743                | .245 | .479 |
| 324                | 32.660                | .248 | .491 |



## Lampiran 7 : Output Hasil Permodelan SEM



**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|               |      |                | Estimate | S.E. | C.R.   | P    | Label  |
|---------------|------|----------------|----------|------|--------|------|--------|
| Cust._Satisf  | <--- | Price_Fairness | .106     | .044 | 2.423  | .015 | par_26 |
| Cust._Satisf  | <--- | Servqual       | .095     | .025 | 3.723  | ***  | par_27 |
| Cust._Loyalty | <--- | Cust._Satisf   | 1.389    | .318 | 4.371  | ***  | par_28 |
| Cust._Loyalty | <--- | Servqual       | .025     | .069 | .360   | .719 | par_29 |
| Cust._Loyalty | <--- | Price_Fairness | .120     | .118 | 1.014  | .310 | par_30 |
| Tangible      | <--- | Servqual       | .263     | .030 | 8.793  | ***  | par_18 |
| Reliability   | <--- | Servqual       | .216     | .025 | 8.707  | ***  | par_19 |
| Assurance     | <--- | Servqual       | .348     | .027 | 12.704 | ***  | par_20 |
| Emphaty       | <--- | Servqual       | .328     | .027 | 12.267 | ***  | par_21 |
| Behavioral    | <--- | Cust._Loyalty  | .407     | .033 | 12.291 | ***  | par_23 |
| Attitudional  | <--- | Cust._Loyalty  | .366     | .029 | 12.714 | ***  | par_24 |
| Responsv.     | <--- | Servqual       | .327     | .028 | 11.843 | ***  | par_31 |
| SQ5           | <--- | Reliability    | 1.184    | .140 | 8.466  | ***  | par_1  |
| SQ4           | <--- | Reliability    | 1.119    | .131 | 8.560  | ***  | par_2  |
| SQ3           | <--- | Reliability    | 1.000    |      |        |      |        |
| PF3           | <--- | Price_Fairness | 1.075    | .069 | 15.619 | ***  | par_3  |
| PF2           | <--- | Price_Fairness | 1.067    | .067 | 15.850 | ***  | par_4  |
| PF1           | <--- | Price_Fairness | 1.000    |      |        |      |        |
| PF4           | <--- | Price_Fairness | 1.055    | .072 | 14.683 | ***  | par_5  |
| SQ15          | <--- | Emphaty        | .877     | .066 | 13.248 | ***  | par_6  |
| SQ14          | <--- | Emphaty        | .883     | .067 | 13.249 | ***  | par_7  |
| SQ13          | <--- | Emphaty        | 1.000    |      |        |      |        |
| SQ16          | <--- | Emphaty        | .744     | .068 | 10.992 | ***  | par_8  |
| SQ2           | <--- | Tangible       | .832     | .104 | 8.020  | ***  | par_9  |
| SQ1           | <--- | Tangible       | 1.000    |      |        |      |        |
| SQ6           | <--- | Reliability    | 1.318    | .149 | 8.818  | ***  | par_10 |
| SQ9           | <--- | Responsv.      | 1.056    | .104 | 10.108 | ***  | par_11 |
| SQ8           | <--- | Responsv.      | 1.001    | .100 | 9.974  | ***  | par_12 |
| SQ7           | <--- | Responsv.      | 1.000    |      |        |      |        |
| SQ12          | <--- | Assurance      | .901     | .089 | 10.072 | ***  | par_13 |
| SQ11          | <--- | Assurance      | .912     | .081 | 11.229 | ***  | par_14 |
| SQ10          | <--- | Assurance      | 1.000    |      |        |      |        |
| CL5           | <--- | Behavioral     | 1.001    | .080 | 12.560 | ***  | par_15 |
| CL4           | <--- | Behavioral     | 1.000    |      |        |      |        |
| CL1           | <--- | Attitudional   | 1.000    |      |        |      |        |
| CL2           | <--- | Attitudional   | 1.030    | .086 | 12.019 | ***  | par_16 |
| CL3           | <--- | Attitudional   | 1.070    | .103 | 10.391 | ***  | par_17 |
| CS2           | <--- | Cust._Satisf   | 1.221    | .125 | 9.789  | ***  | par_22 |
| CS3           | <--- | Cust._Satisf   | 1.277    | .176 | 7.250  | ***  | par_25 |
| CS1           | <--- | Cust._Satisf   | 1.000    |      |        |      |        |

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

|               |                     | Estimate |
|---------------|---------------------|----------|
| Cust._Satisf  | <--- Price_Fairness | .151     |
| Cust._Satisf  | <--- Servqual       | .247     |
| Cust._Loyalty | <--- Cust._Satisf   | .466     |
| Cust._Loyalty | <--- Servqual       | .022     |
| Cust._Loyalty | <--- Price_Fairness | .057     |
| Tangible      | <--- Servqual       | .597     |
| Reliability   | <--- Servqual       | .755     |
| Assurance     | <--- Servqual       | .921     |
| Emphaty       | <--- Servqual       | .761     |
| Behavioral    | <--- Cust._Loyalty  | .937     |
| Attitudional  | <--- Cust._Loyalty  | .986     |
| Responsv.     | <--- Servqual       | .963     |
| SQ5           | <--- Reliability    | .641     |
| SQ4           | <--- Reliability    | .607     |
| SQ3           | <--- Reliability    | .535     |
| PF3           | <--- Price_Fairness | .836     |
| PF2           | <--- Price_Fairness | .809     |
| PF1           | <--- Price_Fairness | .752     |
| PF4           | <--- Price_Fairness | .765     |
| SQ15          | <--- Emphaty        | .707     |
| SQ14          | <--- Emphaty        | .707     |
| SQ13          | <--- Emphaty        | .787     |
| SQ16          | <--- Emphaty        | .591     |
| SQ2           | <--- Tangible       | .681     |
| SQ1           | <--- Tangible       | .774     |
| SQ6           | <--- Reliability    | .722     |
| SQ9           | <--- Responsv.      | .664     |
| SQ8           | <--- Responsv.      | .619     |
| SQ7           | <--- Responsv.      | .638     |
| SQ12          | <--- Assurance      | .617     |
| SQ11          | <--- Assurance      | .677     |
| SQ10          | <--- Assurance      | .701     |
| CL5           | <--- Behavioral     | .713     |
| CL4           | <--- Behavioral     | .771     |
| CL1           | <--- Attitudional   | .662     |
| CL2           | <--- Attitudional   | .714     |
| CL3           | <--- Attitudional   | .734     |
| CS2           | <--- Cust._Satisf   | .706     |
| CS3           | <--- Cust._Satisf   | .770     |
| CS1           | <--- Cust._Satisf   | .576     |

**Covariances: (Group number 1 - Default model)**

|                              | Estimate | S.E. | C.R. | P    | Label  |
|------------------------------|----------|------|------|------|--------|
| Price_Fairness <--> Servqual | .010     | .032 | .319 | .750 | par_32 |

**Correlations: (Group number 1 - Default model)**

|                              | Estimate |
|------------------------------|----------|
| Price_Fairness <--> Servqual | .019     |

**Variances: (Group number 1 - Default model)**

|                | Estimate | S.E. | C.R.   | P    | Label  |
|----------------|----------|------|--------|------|--------|
| Servqual       | 1.000    |      |        |      |        |
| Price_Fairness | .299     | .036 | 8.317  | ***  | par_33 |
| e34            | .134     | .027 | 4.922  | ***  | par_34 |
| e35            | 1.000    |      |        |      |        |
| e36            | .005     |      |        |      |        |
| e37            | .030     | .018 | 1.631  | .103 | par_35 |
| e29            | .125     | .024 | 5.248  | ***  | par_36 |
| e30            | .035     | .008 | 4.188  | ***  | par_37 |
| e31            | .008     | .008 | 1.084  | .278 | par_38 |
| e32            | .022     | .010 | 2.234  | .025 | par_39 |
| e33            | .078     | .013 | 6.097  | ***  | par_40 |
| e12            | .165     | .015 | 11.327 | ***  | par_41 |
| e11            | .176     | .015 | 11.675 | ***  | par_42 |
| e10            | .205     | .016 | 12.451 | ***  | par_43 |
| e3             | .149     | .017 | 9.047  | ***  | par_44 |
| e2             | .179     | .018 | 9.927  | ***  | par_45 |
| e1             | .230     | .021 | 11.231 | ***  | par_46 |
| e4             | .237     | .021 | 11.074 | ***  | par_47 |
| e22            | .142     | .013 | 11.195 | ***  | par_48 |
| e21            | .145     | .013 | 11.226 | ***  | par_49 |
| e20            | .114     | .012 | 9.381  | ***  | par_50 |
| e23            | .192     | .015 | 12.570 | ***  | par_51 |
| e9             | .155     | .019 | 8.244  | ***  | par_52 |
| e8             | .129     | .024 | 5.421  | ***  | par_53 |
| e13            | .131     | .014 | 9.703  | ***  | par_54 |
| e16            | .163     | .014 | 11.273 | ***  | par_55 |
| e15            | .186     | .016 | 11.683 | ***  | par_56 |
| e14            | .168     | .014 | 11.689 | ***  | par_57 |
| e19            | .189     | .016 | 11.845 | ***  | par_58 |
| e18            | .141     | .013 | 10.789 | ***  | par_59 |

|     | Estimate | S.E. | C.R.   | P   | Label  |
|-----|----------|------|--------|-----|--------|
| e17 | .148     | .014 | 10.724 | *** | par_60 |
| e28 | .239     | .023 | 10.463 | *** | par_61 |
| e27 | .168     | .019 | 8.670  | *** | par_62 |
| e24 | .231     | .021 | 10.776 | *** | par_63 |
| e25 | .184     | .018 | 10.031 | *** | par_64 |
| e26 | .177     | .018 | 9.669  | *** | par_65 |
| e7  | .164     | .030 | 5.470  | *** | par_66 |
| e6  | .221     | .030 | 7.354  | *** | par_67 |
| e5  | .296     | .028 | 10.654 | *** | par_68 |

**Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)**

|               | Estimate |
|---------------|----------|
| Cust._Satisf  | .085     |
| Cust._Loyalty | .234     |
| Attitudinal   | .972     |
| Behavioral    | .878     |
| Assurance     | .847     |
| Responsv.     | .927     |
| Tangible      | .356     |
| Emphaty       | .579     |
| Reliability   | .570     |
| CS1           | .332     |
| CS2           | .498     |
| CS3           | .593     |
| CL3           | .539     |
| CL2           | .510     |
| CL1           | .438     |
| CL4           | .594     |
| CL5           | .508     |
| SQ10          | .491     |
| SQ11          | .458     |
| SQ12          | .381     |
| SQ7           | .407     |
| SQ8           | .383     |
| SQ9           | .440     |
| SQ6           | .521     |
| SQ1           | .600     |
| SQ2           | .464     |
| SQ16          | .349     |
| SQ13          | .620     |
| SQ14          | .499     |
| SQ15          | .500     |
| PF4           | .585     |

|     | Estimate |
|-----|----------|
| PF1 | .565     |
| PF2 | .655     |
| PF3 | .699     |
| SQ3 | .286     |
| SQ4 | .369     |
| SQ5 | .411     |

### Model Fit Summary

#### CMIN

| Model              | NPAR | CMIN     | DF  | P    | CMIN/DF |
|--------------------|------|----------|-----|------|---------|
| Default model      | 68   | 669.764  | 338 | .000 | 1.982   |
| Saturated model    | 406  | .000     | 0   |      |         |
| Independence model | 28   | 4314.917 | 378 | .000 | 11.415  |

#### RMR, GFI

| Model              | RMR  | GFI   | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model      | .020 | .892  | .870 | .743 |
| Saturated model    | .000 | 1.000 |      |      |
| Independence model | .080 | .403  | .359 | .375 |

#### Baseline Comparisons

| Model              | NFI<br>Delta1 | RFI<br>rho1 | IFI<br>Delta2 | TLI<br>rho2 | CFI   |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model      | .845          | .826        | .917          | .906        | .916  |
| Saturated model    | 1.000         |             | 1.000         |             | 1.000 |
| Independence model | .000          | .000        | .000          | .000        | .000  |

#### Parsimony-Adjusted Measures

| Model              | PRATIO | PNFI | PCFI |
|--------------------|--------|------|------|
| Default model      | .894   | .755 | .819 |
| Saturated model    | .000   | .000 | .000 |
| Independence model | 1.000  | .000 | .000 |

#### NCP

| Model              | NCP      | LO 90    | HI 90    |
|--------------------|----------|----------|----------|
| Default model      | 331.764  | 262.005  | 409.306  |
| Saturated model    | .000     | .000     | .000     |
| Independence model | 3936.917 | 3729.180 | 4151.959 |

**FMIN**

| Model              | FMIN   | F0    | LO 90 | HI 90  |
|--------------------|--------|-------|-------|--------|
| Default model      | 1.679  | .831  | .657  | 1.026  |
| Saturated model    | .000   | .000  | .000  | .000   |
| Independence model | 10.814 | 9.867 | 9.346 | 10.406 |

**RMSEA**

| Model              | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model      | .050  | .044  | .055  | .540   |
| Independence model | .162  | .157  | .166  | .000   |

**AIC**

| Model              | AIC      | BCC      | BIC      | CAIC     |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|
| Default model      | 805.764  | 816.424  | 1077.184 | 1145.184 |
| Saturated model    | 812.000  | 875.643  | 2432.535 | 2838.535 |
| Independence model | 4370.917 | 4375.306 | 4482.678 | 4510.678 |

**ECVI**

| Model              | ECVI   | LO 90  | HI 90  | MECVI  |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|
| Default model      | 2.019  | 1.845  | 2.214  | 2.046  |
| Saturated model    | 2.035  | 2.035  | 2.035  | 2.195  |
| Independence model | 10.955 | 10.434 | 11.494 | 10.966 |

**HOELTER**

| Model              | HOELTER<br>.05 | HOELTER<br>.01 |
|--------------------|----------------|----------------|
| Default model      | 228            | 240            |
| Independence model | 40             | 42             |

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**



## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini ialah:

1. Variabel *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Go-Ride di Surabaya.
2. Variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Go-Ride di Surabaya.
3. Variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya.
4. Variabel *price fairness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya.
5. Variabel *service quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna Go-Ride di Surabaya.
6. Variabel *customer satisfaction* memiliki peran sebagai variabel mediasi antara *price fairness* dengan *customer loyalty* dan *service quality* dengan *customer loyalty* pada pengguna layanan Go-Ride di Surabaya.
7. Strategi yang dapat dilakukan oleh Go-Ride untuk meningkatkan *customer satisfaction* dan *customer loyalty* terkait *price fairness* adalah penentuan harga kompetitif yang relatif (berubah sesuai kondisi persaingan), pemberian diskon secara eventual, pemanfaatan tren dan penggunaan media sosial sebagai alat mengomunikasikan harga kepada konsumen. Sedangkan strategi yang bisa dilakukan terkait *service quality* adalah pengembangan secara internal terutama pada kualitas driver sebagai penyampai jasa, ekspansi ke wilayah di sekitar Surabaya (Sidoarjo dan Gresik) dan pemanfaatan komponen *tangibles* Go-Ride sebagai media iklan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, maka saran yang diajukan melalui penelitian ini ialah :

1. Berdasarkan hasil penelitian, loyalitas pelanggan Go-Ride dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan tingkat kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh kualitas layanan dan kewajaran harga. Maka dari itu, kunci untuk mendapatkan pelanggan yang loyal adalah dengan memberikan kepuasan yang sebaik mungkin kepada pelanggan tersebut. Dengan mempertimbangkan mengenai tingkat kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kewajaran harga, maka Go-Ride sebaiknya memastikan agar para *driver*-nya mampu memberikan layanan yang berkualitas dari kelima aspek SERVQUAL yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Selain itu Go-Ride perlu untuk memperhatikan agar harga layanannya tetap pada kisaran harga yang wajar bagi pelanggan. Harga yang wajar yang dimaksud tidak hanya melihat pada tarif dasar layanan, melainkan juga pada kebijakan-kebijakan yang diberlakukan mengenai harga, misalnya dengan tetap memberikan harga diskon pada waktu tertentu seperti saat hari raya dan hari-hari besar tertentu, serta dengan mengomunikasikan setiap kali akan terjadi perubahan atau *update* mengenai harga kepada seluruh konsumennya.
2. Pada penelitian berikutnya, jumlah sampel dan variabel lain yang terkait dengan *customer loyalty* dan *customer satisfaction* dapat ditambahkan atau sekedar memperbarui indikator pengukuran yang sesuai. Selain itu peneliti juga bisa melakukan penelitian yang menggambarkan perbandingan antara layanan Go-Ride dengan layanan kompetitornya atau membandingkan antara layanan Go-Ride di kota satu dengan yang di kota lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M. dan Parvez, N. (2009). *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*. ABAC Journal. Vol.29(1): 24-38.
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, I.P.G., dan Cahya, K.N. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada LnC Skin Care Singaraja*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Vol.2(1): 22-29.
- APJII. (2015). *Profil Pengguna Internet di Indonesia*. Diambil dari: <http://www.apjii.or.id/upload/statistik/Survey%20APJII%202014%20v3.pdf>. (diakses pada 12 November 2015).
- Aryani, D. dan Rosinta, F. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Bisnis dan Birokrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Vol.17(2):114-126.
- Batubara, A.W., Ginting, P., dan Lubis, A.N. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Word of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Perpajakan FISIP USU*. Jurnal Manajemen & Bisnis. Vol.14(2).
- Bei, L.T. dan Chiao, Y.C. (2001). *An Integrated Model for the Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty*. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior. Vol.14:125-140.
- Bowen, J. T dan Chen, S. (2001). *The Relationship Between Customer Loyalty And Customer Satisfaction*, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol.13(5):213-217.
- Consuegra, D. M., Arturo, M., dan Esteban, A. (2007). *An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty : an Empirical Analysis in Service Sector*. Journal of Product dan Brand Management. Vol.16(7):459-468.
- Daud, D. (2013). *Promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado*. Jurnal EMBA, Vol.1(4):51-59.
- Dewi, G.A.P.R.K., Yasa, N.N.K., dan Sukaatmadja, P.G. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Vol.3(5):257-275
- Dib, H. dan Msallam, S.A. (2015). *The Effects of The Determinants of Customer Satisfaction on Brand Loyalty*. Journal of Research in Business and Management. Vol.3(3):1-12.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2, Seri Pustaka Kunci. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gecti, F. dan Zengin, H. (2013). *The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards*

- Sports Shoe Consumers in Turkey*. International Journal of Marketing Studies. Vol.5(2):111-119.
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, E. (2013). *Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*. Jurnal EMBA. Vol.1(3):750-760.
- Hassan, M., Hassan, S., Nawaz, M. S., dan Aksel, I. (2013). *Measuring Customer Satisfaction and Loyalty Through Service Fairness, Service Quality and Price Fairness Perception: An Empirical Study of Pakistan Mobile Telecommunication Sector*. Science International Lahore, Vol.25(4):971-980.
- Hermawan, B. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT Sidomuncul*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Vol.4(2).
- Kandampully, J., Mok, C., dan Sparks, B. (2013). *Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure*. New York: Routledge Taylor dan Francis Group.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi 11 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Latan, H. (2013). *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Lovelock, C. dan Wright, L.K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks, Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Murhadi, W. R. (2011). *Pemodelan SEM*. Diambil dari [hubla.dephub.go.id/publikasi/Laporan/pemodelan-sem.pdf](http://hubla.dephub.go.id/publikasi/Laporan/pemodelan-sem.pdf). (diakses pada 8 Juli 2016).
- Nistanto, R.K. (2015). *Tarif Baru GoJek, Lebih Mahal atau Murah?*. Diambil dari [http://tekno.kompas.com/read/2015/12/29/13460047/Tarif.Baru.GoJek.Lebih.MahMa.atau.Murah.?utm\\_source=RDdanutm\\_medium=boxdanutm\\_campaign=Kaitrd](http://tekno.kompas.com/read/2015/12/29/13460047/Tarif.Baru.GoJek.Lebih.MahMa.atau.Murah.?utm_source=RDdanutm_medium=boxdanutm_campaign=Kaitrd) (diakses pada 21 April 2016).
- Parasuraman, A., Berry, L.L., dan Zeithaml, V.A. (1988). *Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. Journal of Retailing. Vol.64(1):12-40
- Rahardian, L. (2015). *Dewan Transportasi Anggap Go-Jek Ilegal*. Diambil dari: <http://www.cnnindonesia.com/nasional/20150706214504-20-64766/dewan-transportasi-anggap-gojek-ilegal/> (diakses pada 21 April 2016).
- Rahyuda, I.K. dan Atmaja, N.P.C.D. (2009). *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan, Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik GIA di Denpasar*. Ekuitas. Vol.15(3):370-395
- Saghier, N.E. dan Nathan, D. (2013). *Service Quality Dimenssion and Customer Satisfaction of Banks in Egypt*. Proceedings of 20th International Business Research Conference 4-5 April 2013, Dubai, UAE, ISBN: 978-1-922069-22-1.

- Sasongko, F. dan Subagio, H. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*. Jurnal Manajemen Petra, Vol.1(2):1-7.
- Sembiring, I.J., Suharyono dan Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.15(1).
- Siddiqi, K.O. (2011). *Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh*. International Journal of Business and Management, Vol.6(3):12 - 36.
- Srikanjanarak, S., Omar, A. dan Ramayah, T. (2009). *The Conceptualisation and Operational Measurement of Price Fairness Perception in Mass Service Context*. Asian Academy of Management Journal. Vol.14(2).
- Sugiyono. (2012). *Statistik Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tempo. (2015). *Go-Jek Masuk 10 Aplikasi Terbaik Google Play 2015*. Diambil dari <https://m.tempo.co/read/news/2015/12/03/072724512/go-jek-masuk-10-aplikasi-terbaik-google-play-2015> (diakses pada 21 April 2016).
- Tjiptono, F., Chandra, G. dan Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : ANDI.
- Tuan, N.M. (2012). *Effects of Service Quality and Price Fairness on Student Satisfaction*. International Journal of Business and Social Science, Vol. 3(19).
- Xia, L., Monroe, K.B. dan Cox, J.L. (2004). *The Price is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions*. Journal of Marketing. Vol.68:1-15.

## BIOGRAFI PENULIS



Dony Indra Gupala lahir di Kota Kediri pada 9 April 1993. Dony adalah mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2011 yang merupakan generasi pertama pada jurusan ini. Dony merupakan anak pertama dari 2 bersaudara. Riwayat pendidikan penulis sebelumnya antara lain SD Negeri Mrican 1 Kediri, SMP Negeri 1 Kediri dan SMA Negeri 1 Kediri. Pada masa perkuliahan, Dony bergabung dengan UKM Paduan Suara Mahasiswa ITS. Selama di unit kegiatan ini, Dony aktif dalam berbagai event

kegiatan PSMITS baik internal maupun eksternal seperti job dan konser. Dalam unit kegiatan ini, Dony juga telah dipercaya menjadi bagian dari tim *ITS Student Choir* untuk berkompetisi baik di kancah nasional maupun internasional dan berhasil meraih beberapa penghargaan diantaranya di *31<sup>st</sup> Festival Internacional de Música de Cantonigròs*, *59<sup>th</sup> International Habaneras and Polyphny Contest* dan *54<sup>th</sup> International Seghizzi Choral Competition and Festival*. Pada bidang akademik, Dony memiliki ketertarikan pada keilmuan pemasaran. Dony juga beberapa kali telah mengikuti pelatihan di bidang keilmuan manajemen dan bisnis seperti *Green Business Training* dan *Value Creation & Cultural Integration Program*. Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi email: [donygupala@gmail.com](mailto:donygupala@gmail.com)